



No.5200/KOM-D/SD-S1/2022

**PENERAPAN *CYBER PUBLIC RELATIONS* BADAN PUSAT  
STATISTIK (BPS) KABUPATEN PELALAWAN DALAM  
MENYAMPAIKAN INFORMASI PUBLIC**



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**RIDHO ILYAS FADILA**

**NIM.11840311795**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF  
KASIM RIAU 2022**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ridho Ilyas Fadila  
NIM : 11840311795  
Judul : "Penerapan Cyber Public Relations Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan Dalam Menyampaikan Informasi Public"

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 29 Juni 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 25 Juli 2022



Dr. Inron Rosidi, S.Pd, M.A  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, M.Si  
NIP. 19780605 200701 1 024

Penguji III,

Mardiak Rubani, M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023

Sekretaris/ Penguji II,

Mustafa, M.I.Kom  
NIK. 130 417 024

Penguji IV,

Dewi Surkatik, M.Sc  
NIK. 130 311 019





### PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah membaca, meneliti, dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya terhadap penulis skripsi saudara :

Nama : Ridho Ilyas Fadila

NIM : 11840311795

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : “Penerapan *Cyber Public Relations* Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan Dalam Menyampaikan Informasi Public”

Saya selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munaqasah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Univeristas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapn kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam siding Munaqasah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih banyak.

Wassalamuualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Mengetahui,

Pembimbing

  
Usman, S.Sos., M.I.Kom

NIK. 130417119

Mengetahui

Prodi Ilmu Komunikasi

  
Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 10 Juni 2022

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (eksemplar)  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

di-

Tempat.

*Assalamu'ailaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Ridho Ilyas Fadila  
NIM : 11840311795  
Judul Skripsi : "Penerapan *Cyber Public Relations* Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan Dalam Menyampaikan Informasi Public"

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk di munaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, Kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui

Pembimbing,

  
Usman, S.Sos., M.I.Kom

NIK. 130417119

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ridho Ilyas Fadila  
 NIM : 11840311795  
 Tempat/Tanggal Lahir : Bagan Batu, 06 Desember 1999  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : **“Penerapan *Cyber Public Relations* Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan Dalam Menyampaikan Informasi Public”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *Footnote* dan Daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar, yang diperoleh dari skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Pekanbaru, 10 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



**Ridho Ilyas Fadila**  
**NIM.11840311795**

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

Nama : Ridho Ilyas Fadila  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : **Penerapan *Cyber Public Relations* Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan Dalam Menyampaikan Informasi Public**

Dengan berkembang pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, terutama dalam dunia *Cyber Public Relations* membuka babak baru dalam kehidupan masyarakat *modern*, begitu juga yang di terapkan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten pelalawan untuk membangun *network* kepada konsumen dan memudahkannya dalam menyampaikan informasi kepada public. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana penerapan *Cyber Public Relations* BPS Kabupaten Pelalawan dalam menyampaikan informasi publik. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teori yang dipakai adalah teori *Funcitional Approach to Mass Communication* yaitu sbagai *Survellence*, *corrlations* dan *Mobilization*. Hasil dari penelitian ini yaitu *Cyber Public Relations* BPS Kabupaten Pelalalwan sebagai *Survellence* yang mana dalam penerapannya *cyber* nya menggunakan aplikasi kusus yang di buat langsung oleh BPS Kabupaten Pelalawan dalam melakukan pemvalidasian data atau informasi dan diawasi langung oleh kepala bagian kordinator fungsi statitik. *Corrlations* sebagai bentuk *cyber* BPS Kabupaten Pelalawan yaitu menggunakan media *Website*, *instagram* untuk menyampaikan informasi yang sudah melalui tahap seleksi, interprestasi dan evaluasi kritis agar informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami masyarakat. *Mobilization* atau mobilisasi yang mana dalam penerapannya oleh BPS Kabupaten Pelalalwan melakukan kerja sama dengan bebepa admin pengelola akun *Instagram* seperti Infopkc, Infopangker agar jangkauannya lebih luas terhadap masyarakat terkusus mayarakat Kabupaten Pelalalwan.

**Kata Kunci : *Cyber Public Relations*, *Instagram*, *Website*, Informasi Public**


**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Ridho Ilyas Fadila  
**Jajor** : Communications Science  
**Title** : ***The Application of Cyber Public Relations of the Central Statistic Agency (BPS) of Pelalawan Regency in Delivering Public Information***

*The rapid advancement of communication technologies, especially in the world of Cyber Public Relations, opens a new stage in modern social life, as well as what is applied by the Central Statistics Agency (BPS) of Pelalawan Regency to build a network with the consumers and facilitate them in delivering information to the public. This research aims to determine the application of Cyber Public Relations of the BPS of Pelalawan Regency in delivering public information. The researcher uses the qualitative descriptive method with a data collection technique through interviews, observation, and documentation. The theory used is a theory of Functional Approach to Mass Communication as Surveillance, Correlations, and Mobilization. The research result is that Cyber Public Relations of the BPS of Pelalawan Regency as surveillance, which is in its cyber application, used a specific application made directly by BPS of Pelalawan Regency in doing the data or information validation and supervised directly by the head of the statistical function coordinator. Correlations as a form of Cyber of BPS of Pelalawan Regency used media of website and Instagram to deliver information that had passed the selection stage, interpretation, and critical evaluation to make the information delivered can be easily understood by people. Mobilization, which in its application by BPS of Pelalawan Regency, collaborated with some admins who manage Instagram accounts such as Infopkc and Infopangker so that their reach is wider to the community, especially the residents of Pelalawan Regency.*

**Keywords:** *Cyber Public Relations, Instagram, Website, Public Information.*

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



***Assalamu"alaikum warahmatullahi wabarakatuh.***

*Alhamdulillah* "alamin, penulis ucapkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, kasih sayang dan ridhonya kepada penulis. Demikian pula shalawat beriring salam penulis sampaikan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan salah satu kewajiban penulis sebagai mahasiswa yaitu penyusunan skripsi dengan judul” **Penerapan Cyber Public Relations Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan Dalam Menyampaikan Informasi Public**”

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik untuk penyelesaian Sarjana S1 Program Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Kasim, Riau. Dalam penulisan makalah ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dalam segi penulisan ataupun materi. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak dalam perbaikan penelitian ini sebagai pembenahan untuk yang lebih baik lagi kedepannya.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari semua pihak. Maka dengan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga yang selalu memberikan suport terutama orang tua penulis, yaitu Bapak Suyanto, dan ibunda tercinta, yaitu Ibu Sumini, yang tak henti-henti selalu memberikan dukungan, doa dan selalu memberikan yang terbaik untuk anaknya tanpa pamrih. Serta Kaka Kandung Penulis Vilidia Novalika yang banyak memberikan nasehat dan adik kandung penulis Khayanda Majalil yang juga selalu memberikan doa terbiknya. Selain itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada kepada:



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M. Ag. selaku Rektor UIN Suska Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III.
3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si dan Bapak Artis, M.Ag., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu, berbagi pengalaman, memberikan nasihat-nasihat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan, semoga ilmu yang telah diberikan menuai keberkahan yang melimpah.
7. Bapak Usman M.Ikom selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan serta saran yang sangat membantu dalam proses pengerjaan skripsi yang penulis buat. Semoga Bpak selalu diberikan kesehatan dan perlindungan serta mendptkan pahala atas segala kebaikannya dalam membimbing penulis dengan sabar.
8. Bapak Umar Abdurrohik, MA selaku penasehat akademik yang telah banyak memberikan pengarahan terhadap penulis dan selalu sabar menghadapi mahasiswanya, smoga Bapak Bpak selalu diberikan kesehatan dan perlindungan serta mendptkan pahala atas segala kebaikannya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Bapak Ir. Iwan Trisna, MP selaku kepala Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan, Bapak Sumi'rat , SST selaku Kepala Subbagian Umum, Bpk Nasrul Saputra, SST selaku Kordinator Fungsi Statistik IPDS serta Kaka Nadya Amalia, SST selaku staf dan seluruh para pegawai Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan yang telah banyak meberikan pengalaman baru dan mengajarkan banyak hal pada penulis, semoga segala kebaikannya dapat diganti dengan pahala yang berlimpah serta selalu diberikan kesehatan dan perlindungan oleh Allah SWT.
10. Terimakasih kepada Bang Yudi selaku staf Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan serta Allan Maulana selaku mitra yang telah banyak memberikan pengajaran dan bantuan pada saat melakukan magang dan pengambilan data.
11. Terimakasih kepada dewan guru dan teman-teman santri PPPM Miftahul Huda Pekanbaru yang telah banyak memberikan dukungan dan pengarahan.
12. Terimakasih kepada teman-teman Ilmukomunikasi angkatan 18 khususnya kelas Ilkom I dan B Public Relations serta sahabat-sahabat penulis terutama Rifai Rozan maulana, Milla Mantia Suci, Annisa Adhamawati, Zulia Prihatini, Afriani Asmara, Qowi, Deni Syahreza, yang telah banyak membantu dan memberikan saran serta mau mendengarkan keluh kesah yang penulis alami serta semua teman, sahabat yang tidak tersebut namanya dan orang-orang baiak di luar sana yang selalau memberikan dukungannya semoga segala kebaikannya akan kembali kepada mereka semua.

Pekanbaru, 07 Juni 2022

**RIDHO ILYAS FADILA**

NIM. 11840311795



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Kajian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	18
2.3 Krangka Pemikiran .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	41
3.1 Desain Penelitian .....	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
3.3 Sumber Data Penelitian.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5	Validasi Data.....	43
3.6	Tehnik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Sejarah Badan Pusat Statistik .....	45
4.2	Visi dan Misi.....	48
4.2	Tugas, Fungsi dan Kewenangan Badan Pusat Statistik.....	49
4.4	Logo Badan Pusat Statistik .....	51
4.5	Letak Geografis Kantor Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan.....	52
4.6	Struktur Organisaai BPS.....	52
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>57</b>
5.1	Hasil Penelitian.....	57
5.2	Pembahasan .....	67
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>75</b>
6.1	Kesimpulan.....	75
6.2	Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>82</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nama Informan Primer.....	41
Tabel 5.1 Nama Informan .....	57



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	40
Bagan 4.4 Struktur Organisasi BPS Kab.Pelalawan .....	55



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo BPS .....	51
Gambar 4.2 Lokasi Kantor BPS Kab.Pelalawan .....	52
Gambar 4.3 Struktur Organisasi BPS .....	52
Gambar 5.1 <i>Online Media (E-book)</i> BPS Kab.Pelalawan .....	71
Gambar 5.2 Perpustakaan BPS Kab.Pelalawan .....	72
Gambar 5.3 <i>Website</i> BPS Kab.Pelalawan .....	73
Gambar 5.4 Berita Resmi BPS Kab.Pelalawan .....	74
Gambar 5.5 <i>Instagram</i> BPS Kab.Pelalawan .....	75

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi, terutama dalam dunia *cyber* membuat kemajuan yang begitu pesat dalam rana telekomunikasi yang membuka babak baru dalam kehidupan masyarakat *modern*.<sup>1</sup> Seperti halnya yang diterapkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan dalam mengolah informasi sebelum nantinya dipublikasikan, yang mana menggunakan media *cyber* dan beberapa aplikasi yang dibuat khusus oleh Badan Pusat Statistik dalam melakukan pemvalidasian data atau informasi agar informasi yang disampaikan kepada publik benar-benar akurat dan sesuai dengan kondisi lapangan. Kehadiran *cyber public relations* tidak lepas dengan adanya internet sebagai penghubung didalamnya yang mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern.

Hal ini disebabkan adanya sebagian masyarakat tertentu, yang menjadikan *internet* tidak hanya sebagai gaya hidup (*lifestyle*) saja, namun lebih dari sekedar itu, *internet* telah menjadi kebutuhan utama (*primary needs*) yang harus terpenuhi seperti kebutuhan pokok lainnya. Fenomena ini terjadi tentunya memiliki sebab. Dari sisi keberadaan internetnya sendiri yang menawarkan berbagai kemudahan, efisiensi dan efektivitas dalam menggunakannya (relatif cepat, murah, memiliki jangkauan yang menyeluruh, mempersingkat waktu dan jarak)<sup>2</sup>

*Internet* sebagai media yang memiliki begitu banyak manfaat, maka tidaklah heran apabila sering disebut dengan *Cyber Space* komunikasi baru dalam masyarakat dunia, yang mana didalamnya terdapat berbagai kalangan seperti mahasiswa, usahawan, intelektual, praktisi, para ibu rumah tangga bahkan

<sup>1</sup> Daryono, "Strategi Cyber Public Relations PT Semen Tonasa Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Publik

<sup>2</sup> Winarko, Dwi, Pengaruh Terpaan Iklan Inspired Dalam Facebook Terhadap Minat Beli Pemilik Akun Facebook (Studi kasus Terhadap Daftar Teman (friendist) Facebook Inspired). Diss. University Of Muhammadiyah Malang, 2011. Hal 1

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

anak-anak dapat mendapatkan banyak manfaat atas keberadaan *internet*. Keberadaan *internet* juga berpengaruh terhadap humas sebagai pen jembatan dalam berkomunikasi dengan publiknya, hadirnya *internet* membuat peranan humas semakin besar dan luas tanpa bergantung dengan perantara wartawan dan media cetak.

*Public Relations* (PR) atau yang sering kita kenal dengan hubungan masyarakat (Humas) merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan publicnya. *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang menjembatani antara organisasi dengan publiknya dalam membangun hubungan yang baik dan menguntungkan antara keduanya yang berpengaruh terhadap keberhasilan organisasi dalam menjalankan programnya.

Dalam menjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya fungsi humas sangat dibutuhkan didalamnya sebagai kunci keberhasilan organisasi. Seorang praktisi humas harus mampu mengkondisikan konflik dan mencari jalan keluar dalam permasalahan tersebut, melakukan negosiasi antara pihak terkait dengan kebutuhan organisasi untuk tetap bertahan dan berkembang dipihak lain. Karena hal tersebutlah mulai banyak berbagai pihak seperti perusahaan, organisasi termasuk lembaga pemerintah yang menyadari betapa pentingnya humas dalam sebuah organisasi.<sup>3</sup>

Seorang humas dalam pemerintahan sering diartikan sebagai penghubung yang sangat dibutuhkan antara rakyat dan pemerintah. Ketika pemerintah berhubungan dengan masyarakat, para praktisi humaslah yang mereka andalkan dalam pemerintah . Oleh sebab itu seorang humas pemerintah harus menguasai seni dan keterampilan yang baik dalam berkomunikasi. Humas dalam pemerintahan memiliki peran dan fungsi yang sangat penting daripada praktik humas biasanya. Titik peran yang sangat berpengaruh yaitu pada peran advokasi publik yang dimainkan oleh komunikator pemerintah dalam membuat keputusan pemerintah. Dalam hal ini humas berperan penting dalam meningkatkan

<sup>3</sup> Yazid, Tantri Puspita. "Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.2 (2015): hal 160-173



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan terhadap publik.<sup>4</sup>

Salah satu bentuk implementasi komunikasi cyber oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan adalah dengan menggunakan *website* dan *Instagram* sebagai media komunikasi dan informasi terkait perkembangan masyarakat yang ada di Kabupaten Pelalawan. Situs pemerintah daerah dapat dikatakan sebagai salah satu wujud perubahan dari bentuk buku (publikasi konvensional) ke bentuk publikasi media baru yaitu internet.

Kehadiran *website* yang menjadi sarana dalam menyebarkan informasi oleh BPS, juga diatur pengelolaannya oleh Badan Pusat Statistik Republik Indonesia yang dibentuk berdasarkan UU Nomor 16 Tahun 1960 tentang Sensus dan UU Nomor 7 Tahun 1960 tentang Statistik. Meningkatkan kualitas manusia Indonesia, dalam struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing dan pembangunan yang merata dengan uraian menyediakan statistik berkualitas yang berstandar nasional dan internasional, membina K/L/D/I melalui sistem statistik yang Nasional yang berkesinambungan, mewujudkan pelayanan prima dibidang statistik untuk terwujudnya sistem statistik Nasional serta membangun SDM yang unggul dan adaptif berlandaskan nilai profesionalisme, Integritas dan amanah.

*Website official* atau *website* resmi Badan Pusat Statistik Pelalawan yang dikelola secara langsung oleh bagian IPDS (Integrasi Pengolahan dan Diseminasi Statistik), URL <https://pelalawankab.bps.go.id/>. Dalam mengelola *website* resmi Badan Pusat Statistik Kab. Pelalawan sebagai sarana *cyber* PR, utamanya dalam mengoptimalkan pemenuhan layanan informasi, bagaimana perkembangan dan keadaan masyarakat Kab. Pelalawan secara *update* melalui tiga judul besar yaitu, Sosial dan Kependudukan, Ekonomi dan Perdagangan, Pertanian dan Pertambangan. Hal ini akan membantu masyarakat, terutama pemerintah dalam mendapatkan informasi terkait kondisi Kab. Pelalawan dan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh negara dalam mewujudkan kesejahteraan dan pemerataan pembangunan yang ada di Indonesia.

<sup>4</sup> Onggo, B. J. (2004). *Cyber public relations*. Elex Media Komputindo. hal 4

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengelolaan situs web pemerintahan yang maksimal sebagai sarana *online PR*. *Online PR*, *e-PR* atau *cyber PR* merupakan hal yang tergolong baru dibandingkan dengan *PR* tradisional. *Website* Badan Pusat Statistik Pelalawan dapat diakses dan dibuka oleh siapapun, sehingga informasi akan lebih mudah didapat oleh masyarakat dan pemerintah pusat selama memiliki jaringan data yang baik. *Website* Badan Pusat Statistik Pelalawan yang dikelola dengan baik dan professional dengan tampilan desain yang has dan menarik membuat pengguna akan mudah dengan cepat memahami informasi yang di sampaikan secara praktis.

*Website* Badan Pusat Statistik Kabupaten saling berkerja sama dengan Badan Pusat Statistik Provinsi dan Badan Pusat Statistik puast demi terbentuknya data statistic berkualitas untuk Indonesia maju. Memjalankan Visi dan Misi Badan Pusat Statistik dengan baik terlebih Badan Pusat Statistik merupakan lembaga pemerintahan non kementerian yang bertanggung jawab langsung pada Presiden sehingga memiliki tanggung jawab yang besar dalam menyampaikan informasi kepada publik dengan baik , jelas dan actual dengan data-data yang valid melalui berbagai tahap pemvalidasian dengan sistem program yang telah di tentuka

## 1.2 Penegasan Istilah

### a. Penerapan

Penerapan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI), ialah suatu aktivitas mempraktekan suatu teori, metode dan hal-hal lain untuk mencapai suatu tujuan trntu dalam mencapai kepentingan yang diharapkan oleh suatu kelompok atau organisasi yang telah direncanakan dan disusun sebelumnya. Sedangkan menurut Usman, penerapan (implementasi) bermuara pada aktivitas aksi, tindakan atau adanya mekanisme sebuah sistem. Implementasi tak hanya sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan kegiatan.<sup>5</sup>

Dengan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penerapan (implementasi) adalah sebuah kegiatan atktivitas tindakan sesuai perencanaan

<sup>5</sup> Adjis, K. M (2016). Penerapan 5C dalam Pembiayaan Murabahah di BMT Reksa Bakti. Hal 8

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang diharapkan dapat tercapainya tujuan yang telah direncanakan.

### b. Cyber Public Relations

*Cyber Public Relations* atau E-PR merupakan inisiatif public relations yang menjadikan media internet sebagai sarana publisitas. Dengan memanfaatkan internet, perusahaan atau lembaga pemerintah membangun sebuah *one to one relations* secara simultan dan bersifat interaktif dengan public yang menjadi sasarannya.<sup>6</sup>

### c. Public Relations

Menurut Onong, *Public Relations* atau humas adalah kegiatan komunikasi dua arah yang terjadi secara timbal balik antara organisasi dengan publiknya atau antara perusahaan dengan khalayaknya, baik publik internal maupun eksternal, yang bertujuan untuk mewujudkan fungsi dan tujuan manajemen organisasi tersebut, dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama, yang dilandasi saling pengertian dan mempercayai.<sup>7</sup> Yang penulis maksud sebagai humas dalam penelitian ini adalah seorang yang bertindak sebagai fungsi manajemen kehumasan oleh Deputi Bidang Statistik Sosial dalam Badan Pusat Statistik (BPS) Kab.Pelalawan.

### d. Media Online atau New Media

Dalam bukunya Roger Fidler ( 2003) “Mediamorfosis” , media baru atau *new media* merupakan bentuk perubahan media lama (*old media*) yang bertransformasi dan beradaptasi melalui suatu rangkaian proses yang disebut dengan *mediamorphosis*. *New Media* atau media baru sering juga disebut dengan Transformasi media konvensional ke media online atau media daring (media dalam jaringan) yang memudahkan khalayak dalam mendapatkan informasi secara cepat, praktis, real time dan bersifat mobile yang tidak dapat diperoleh

<sup>6</sup> EB, Gita Aprinta. "Strategi cyber public relations dalam pembentukan citra institusi pendidikan tinggi swasta." *Jurnal The Messenger* 6.1 (2016): hal 1-7

<sup>7</sup> Ardoyo, T. E. (2013). Peran dan strategi humas (public relations) dalam mempromosikan produk perusahaan. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 1(1), 15-21.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

dimedia konvensional. Khalayak dapat mengaksesnya dari manapun dan kapanpun secara mudah.

#### e. Badan Pusat Statistik (BPS)

Badan Pusat Statistik (BPS) adalah lembaga pemerintahan nonkementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Sebelumnya Badan Pusat Statistik merupakan Biro Pusat Statistik, yang dibentuk berdasarkan UU Nomor 6 tahun 1960 tentang sensus dan UU Nomor 7 Tahun 1960 tentang statistik. Didalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang statistik, pengertian statistik memiliki tiga dimensi yaitu data atau informasi yang didalamnya berupa angka, sistem yang memadukan penyelenggaraan statistik, serta ilmu yang mempelajari cara pengumpulan, pengolahan, penyajian dan analisis data.<sup>8</sup>

#### f. Informasi Publik

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, pesan atau informasi, baik berupa data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar dan dibaca yang dikemas dengan menyesuaikan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun nonelektronik. Selanjutnya informasi publik adalah informasi informasi yang disampaikan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh suatu badan publik yang berhubungan dengan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.<sup>9</sup>

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas untuk memperoleh hasil penelitian yang tepat sesuai focus masalah yang telah direncanakan maka penulis membuat rumusan masalah yaitu “ Bagaimana penerapan *Cyber Public Relations* Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan dalam menyampaikan informasi publik ? “

<sup>8</sup> Indonesia, Statistik. "Badan pusat statistik." *BPS-Statistics Indonesia* (2018).

<sup>9</sup> Yuliawati and Irawan, "Pran Cyber Public Relations Humas Polri Dalam Mmbrikan Pelayanan Informasi Public Scara Onlin."

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana penerapan *Cyber Public Relations* Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan dalam menyampaikan informasi publik

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1.1.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kajian ilmu komunikasi dalam pengembangan *Cyber Public Relations* terutama dalam menyediakan informasi publik bagi masyarakat dan pemerintah daerah.

##### 1.1.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bagi suatu perusahaan atau lembaga pemerintahan seperti Badan Pusat Statistik (PBS) mengenai seberapa pentingnya *Cyber Public Relations* dalam menyebarkan informasi terhadap masyarakat dalam menjalankan programnya.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan gambaran yang lebih jelas maka peneliti menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan, Kegunaan Penelitian dan Sistematika penulisan

#### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Bab ini berisikan Kajian Teori, Kajian Terdahulu dan Kerangka Pikir

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan Jenis dan Pendekatan Penelitian, Waktu Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Validasi Data dan Teknik Analisis Data

#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Merupakan gambaran umum mengenai subyek penelitian yaitu

berisikan tentang sejarah, visi dan misi, arti logo dan struktur organisasi.

## **BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan

## **BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bagian akhir penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan atau pertimbangan

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Terdahulu

Dalam kajian penelitian terdahulu ini peneliti akan membahas penelitian terdahulu dan juga skripsi yang memiliki keterkaitan penelitian ini tentang “Penerapan Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra Positif Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan”. Adanya tujuan dari penerapan kajian terdahulu yaitu untuk menunjukkan posisi penelitian, perbedaan dan menjadi acuan penulis.

1. Skripsi pertama yang disusun oleh Herdita Mulyawati, program studi komunikasi Konsentrasi Public Relations Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang-Banten (2018) yang berjudul “New Media Dalam Gerakan Sosial (Studi Kasus pada Pemanfaatan Instagram dan Wensite dalam Gerakan Sosial Memberi dengan Membeli oleh Komunitas Regional Ketimbang Ngemis Jakarta (KNJ)” Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan pemanfaatan media baru yang digunakan Ketimbang Ngemis Jakarta dalam setiap tahapan gerakan sosial menurut Macionis (2014).

Teori yang digunakan dalam skripsi ini adalah teori mediamorfosis milik Roger Fidler (2003). Adapun jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif dan paradigma post-positivis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media baru Instagram dan Website yang dilakukan Ketimbang Ngemis Jakarta pada tahap kemunculan berupa (1) penyebaran isu dengan pesan persuasif, (2) penulisan caption dan pembagian waktu posting, (3) adanya kuis atau challenge. Pada tahap pengabungan berupa (1) postingan *Live-report*, (2) partisipasi public figure atau Selebgram, (3) penggunaan fitur *Hastag*. Pada tahap formalisasi berupa (1) pembuatan halaman *Website*, (2) *instalive* dan *instastory*. Dan pada tahap hasil atau penurunan berupa (1) perubahan tampilan feed Instagram, (2) memperbanyak tampilan artikel pada halaman *Website*. Dimana, dalam

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemanfaatan *instagram* dan *website* yang dilakukan Ketimbang Ngemis Jakarta memberikan dampak yang positif baik bagi para followers maupun bagi sosok mulia yang merasa terbantu dan diapresiasi. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan lebih berfokus kepada penerapan cyber public relations dalam menyediakan informasi publik di Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan Riau.<sup>10</sup>

2. Skripsi kedua yang disusun oleh Assyifa Sukma Cahyani, program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2021, yang berjudul “Tingkat Popularitas Raio FM Ditengah Maraknya New Media Dikalangan Remaja Kota Pekanbaru” pada skripsi ini rumusan masalahnya adalah “Berapa Besar Tingkat Popularitas Radio FM Ditengah Maraknya New Media Dikalangan Remaja Pekanbaru”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat popularitas radio FM di tengah maraknya media baru di kalangan anak muda Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah remaja berusia 15-19 tahun yang berada di Pekanbaru. Responden dalam penelitian ini ditentukan secara acak (random sampling) dengan menggunakan rumus yamane. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat popularitas radio FM di Kota Pekanbaru memiliki prosentase sebesar 32% dan popularitas radio favorit remaja di Kota Pekanbaru adalah radio Aditya yang berada di channel 87,6 FM.<sup>11</sup> Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada metode penelitian,

<sup>10</sup> Mulyawati, Herdita, Ahmad Sihabudin, and Husnan Nurjuman. *New Media Dalam Gerakan Sosial (Studi Kasus pada Pemanfaatan Instagram dan Website dalam gerakan sosial memberi dengan membeli oleh Komunitas Regional Ketimbang Ngemis Jakarta (KNJ))*. Diss. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2018

<sup>11</sup> Assyifa Sukma Cahyani, Assyifa. *Tingkat Popularitas Raio FM Ditngah Maraknya NEW Media Dikalangan Remaja Kota Pekanbaru* Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teori yang dipakai serta focus penelitian yaitu pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan Riau.

3. Skripsi ketiga yang disusun oleh Latif Gusri, program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Andalas 2020 yang berjudul “Strategi dan Implementasi *Cyber Public Relations* Perguruan Tinggi Swasta ( Studi Kasus Meningkatkan Citra Pada Tiga Universitas Swasta di Sumatra Barat ). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi serta implementasi *Cyber Public Relations* tiga perguruan tinggi swasta (PTS) di Sumatra Barat, ketika menghadapi tren penurunan minat calon mahasiswa baru secara signifikan dalam memilih perguruan tinggi swasta, khususnya di Sumatra Baerat.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Penelitaian ini akan mengkaji bagaimana strategi dan implementasi yang dilakukan oleh *Cyber Public Relationas* dalam kontribusi pembentukan citra positif dengan memanfaatkan media sosial, sehingga mampu meningkatkan kembali minat calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta (PTS).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model penerapan *Cyber Public Relations* dari Cutlip, Center dan Broom serta model pembentukan citra dari Jhon S Nimpoeno. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui wawancara dengan *Cyber Public Relations* dan observasi terhadap media social yang dimiliki oleh ketiga perguruan tinggi swata di Sumatra Barat. Hasil penelitian yang dilakukan memaparkan bahwa strategi yang dilakukan oleh *Cyber Public Relations* ketiga peerguruan tinggi swasta (PTS) di Sumatra Barat dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu: *factfinding research, planning and programming, butget, communication, monitoring and measuring dan evaluation.*

Implementasi *Cyber Public Relations* dilakukan dengan memanfaatkan media social melalui pembuatan berita *online (news*



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*release*) pembuatan berita dalam bentuk video, penyedia informasi *up-to-date* serta membuat ruang berita interaktif dan komunikatif. Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa pemanfaatan media sosial khususnya *Instagram* oleh *Cyber Public Relations* dinilai cukup membantu dalam pembentukan citra positif universitas yang tetap diimbangi dengan kegiatan PR konvensional.<sup>12</sup> Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Latif Gusri dengan yang peneliti lakukan yaitu terletak pada teori yang digunakan, subjek penelitian dan focus penelitian yang mana penulis lebih berfokus pada penerapan cyber PR dalam menyediakan informasi publik secara online Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan

4. Skripsi selanjutnya yang disusun oleh Crisna Dwi Pujianti program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU yang berjudul “Implementasi Cyber Public Relations Dalam Membangun Reputasi PT Pertamina (PERSERO) Refinery Unit (RU) II Dumai tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengimplementasian media *cyber publik relations* sebagai sarana kegiatan *public relations* di era sekarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu menggambarkan fenomena berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi .

Dalam penelitian ini menggunakan teori *functional approach to mass communication* dan teori *uncertainty reduction*. Penelitian ini menunjukkan hasil penerapan *cyber PR* melalui beberapa langkah, yaitu: pengoptimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, menciptakan komunikasi interaktif dengan publiknya, memberikan informasi secara *up to date*.<sup>13</sup> Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Crisna Dwi Pujianti dengan yang peneliti lakukan

<sup>12</sup> Gusri, Latifah. *Strategi Dan Implementasi Cyber Public Relations Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus dalam Meningkatkan Citra Pada Tiga Universitas Swasta di Sumatera Barat)*. Diss. Universitas Andalas, 2020.

<sup>13</sup> Pujianti, C.D (2020). *Implementasi Cyber Public Relations Dalam Membangun Reputasi PT Pertamina (Persero) Refinery Unit (RU) II Dumai* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau).

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terletak pada subjek penelitian dan bagaimana penerapan cyber dalam Badan Pusat Statistik dalam menyebarkan informasi kepada publik melalui website resminya.

5. Skripsi yang kelima disusun oleh M.A.Daryono program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar tahun 2016, yang berjudul “c”. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui tingkat penerimaan kebutuhan informasi terkait perusahaan melalui *website* bagi publik internal PT Semen Tonasa dan mengetahui strategi *cyber PR* oleh biro Humas PT Semen Tonasa dalam memenuhi kebutuhan informasi publik. Penelitian ini menggunakan strategi *cyber public relations* PT Semen Tonasa dalam memenuhi kebutuhan informasi publik internal maupun eksternal PT Semen Tonasa terkait perusahaan.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang berdasarkan pada pendekatan *mix methos* (kuantitatif dan kualitatif) dengan menggunakan strategi metode campuran bertahap (*sequential mixed methods*) terutama strategi transformatif sekuensial. Sumber data penelitian ini adalah karyawan PT Semen Tonasa sebagai publik internal, publik eksternal PT Semen Tonasa dan Humas PT Semen Tonasa. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan kuesioner. Analisis data yang digunakan secara deskriptif kuantitatif dalam memaparkan hasil yang diperoleh.

Hasil penelitian ini menunjukkan publik internal dan eksternal telah mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait perusahaan melalui *website* PT Semen Tonasa walaupun dalam intensitas yang beragam. Strategi humas PT Semen Tonasa dalam mengelola informasi pada *website* yakni dengan turun langsung dalam meliput berita. Untuk mempermudah mendapatkan informasi terkait kegiatan, PT Humas Semen Tonasa memiliki SOP agar setiap unit kerja menginformasikan kegiatannya atau dengan menuliskan beritanya dan dikirim pada humas perusahaan yang nantinya akan dimasukan pada *website* PT Semen

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tonasa. Berita dibuat dengan memenuhi standar 5W+1H disertai gambar penunjang. Selain itu kegiatan yang sifatnya sangat penting diabadikan melalui video lalu diupload pada *youtube* dan disinkronkan dengan *website* perusahaan. Guna meningkatkan pengunjung *website* humas PT Semen Tonasa membagikan *link* setiap berita pada grup media sosial yang dimiliki.<sup>14</sup>

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh M.A. Daryono dengan yang peneliti lakukan terletak pada subjek penelitian, teori yang digunakan dan focus penelitian yang mana peneliti lebih berfokus pada bagaimana penerapan *cyber public relations* pada Badan Pusat Statistik (BPS) dalam menyampaikan informasi terhadap publik.

6. Yang ke enam jurnal Dewi Ayu Sri Hastusi dan Eny Susilowati, IAIN Surakarta, Vol.01, No.01 April 2020 yang berjudul “Cyber Public Reelations Diskominfo Kabupaten Klaten Dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik”. Latar belakang penelitian adalah adanya pengelolaan Layanan informasi publik terutama melalui website Pemerintahan Kabupaten Klaten yang belum optimal. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan, dalam rangka optimalisasi layanan informasi publik yang dimiliki Discominfo di Kabupaten Klaten sudah menerapkan strategi cyber PR yang menggabungkan 4 hal secara menyeluruh yaitu *strategic* (memiliki rencana desain komunikasi yang tiak dilaksanakan secara sembarangan. Kemudian *integrated* (menggunakan Internet dan fasilitasnya sebagai sarana penerbitan, yaitu dengan melalui keberadaan website resmi klatenkab.go.id yang terintegrasi dengan website lain di bawahnya), *targeted* (memiliki dan mampu menjangkau target audiens yang spesifik, yaitu masyarakat Klaten, pejabat pemerintah dan generasi milenial hingga generasi Z), dan *measurable* (memiliki hasil yang terukur, dalam hal ini memiliki data

<sup>14</sup> Daryono, M. A. (2016). *Strategi Cyber Public Relations PT Semen Tonasa dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Publik* (Doctoral dissertation, universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ukuran yang jelas seperti jumlah kunjungan, pengikut (media sosial), kondisi website. Dengan strategi cyber PR yang ada mampu mengoptimalkan layanan informasi publik yang dikelola Diskominfo Klaten.<sup>15</sup> Adapaun perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada subjek penelitian yaitu pada Badan Pusat Statistik dan teori yang digunakan.

7. Selanjutnya jurnal Tantri Puspita Yazid, Dosen jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, yang berjudul “Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatra Barat”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Bagaimana pemanfaatan website untuk mewujudkan good governance oleh humas pemerintah Sumatra Barat, dan pengimplementasi cyber public relations oleh humas pemerintah Sumatra Barat. Fokus penelitian ini kepada penerapan kegiatan public relations melalui penggunaan internet atau yang lebih dikenal dengan cyberb public relations. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan peneliti sebagai instrument utama penelitian, data dan informasi yang diperoleh dari nara sumber dan didukung dokumen sesuai penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan audio visual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sejak dikelola oleh humas dari segi tampilan dan isi menjadi menarik Namun, masih belum bisa dikatakan dapat membantu pekerjaan humas untuk mencapainya Tata kelola yang baik dalam pelayanan publik, karena situs tersebut masih tergolong web 1.0. isi Website masih didominasi oleh pemerintah. Namun keberadaan website sebagai media belum tersosialisasikan senagai media informasi baru humas. Pencapaian sebagai peringkat pertama good

<sup>15</sup> Hastuti, Dewi Ayu Sri, and Eny Susilowati. “Cyber Public Relations Diskominfo Kabupaten Kelaten Dalam Optimalisasi Layanan Informasi Public” *Academic Journal of Da'wa and Communication* 1.1 (2020): 40-57.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

governance dan clean government di pulau Sumatera tahun 2010 bukan dikarenakan pengelolaan website. Karakteristik mewujudkan good governance melalui pelayanan publik oleh humas belum menonjol dalam di dalam website pemerintah provinsi Sumatera Barat. pelayanan transparansi dalam website menjadi yang diutamakan.<sup>16</sup>

Perbedaan penelitian di atas dengan yang peneliti lakukan yaitu pada teori yang digunakan serta subjek penelitian, yang mana peneliti menggunakan Badan Pusat Statistik sebagai Subjek penelitiannya

8. Skripsi Aditya Yosephat Angwarmase, Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2014 yang berjudul “ Implementasi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Gajah Mada Yogyakarta sebagai Universitas Riset Berkelas Dunia”. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana kontribusi implementasi cyber PR dalam meningkatkan Reputasi UGM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat deskriptif. Data-data yang digunakan didapat berdasarkan hasil wawancara yang terlibat dalam implementasi *cyber PR*.

Dari data yang terkumpul, ada lima bentuk implementasi kehumasan online: Yaitu produksi siaran pers, berita video, pemantauan dan implementasi Interaksi di media sosial, manajemen dan Penyediaan informasi. Meskipun bentuk lain dari PR online diimplementasikan secara beragam namun kontribusi implementasi kehumasan online terhadap peningkatan Reputasi UGM hanya fokus pada publikasi yang terdapat pada bentuk-bentuk implementasi tersebut. Melaksanakan. Rilis dilakukan menggunakan unit lain Sebagai sumber informasi untuk memulai penelitian. Tema tema khusus penelitian yang diterbitkan untuk memperdalam pemahaman tentang UGM sebagai universitas riset kelas dunia, interaksi yang terjadi belum memberikan kontribusi yang

<sup>16</sup> Azid, Tantri Puspita. "Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.2 (2015): 160-173.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

signifikan.<sup>17</sup>

Perbedaan penelitian yang dilakukan Aditya Yosephat Angwarmase dengan yang peneliti lakukan yaitu focus penelitian yang mana peneliti lebih berfokus pada bagaimana penerapan cyber dalam menyediakan informasi publik, teori yang dipakai serta subjek penelitian yang dilakukan

9. Skripsi Pla Rosya Alba Patona, Universitas Sriwijaya jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik tahun 2019 yang berjudul “Peran Cyber Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang Dalam Memberikan Informasi Publik”. Penelitian ini dilakukan untuk melihat peran cyber PR di pemerintahan dalam memenuhi kebutuhan informasi publik baik itu tentang program kerja, kegiatan atau acara dari Pemerintah Kota Palembang menggunakan akun resmi Dinas Komunikasi dan Informatika kota Palembang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran cyber PR dalam memberikan atau menyampaikn informasi kepada publik. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi dan studi Pustaka. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan skunder. Dalam analisis penelitian ini menunjukan bahwa memang adanya peran dari cyber relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang Dalam Memenuhi Informasi Publik.<sup>18</sup> Perbedaan penelitian ini dengan yang peneliti lakukan terletak pada subjek penelitian lokasi penelitian dan teori yang peneliti gunakan dalam penelitian
10. Yang terakhir yaitu Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian oleh Melati Agustin Yumikosari dan Hadi Purnama, program studi Ilmu

<sup>17</sup> Angwarmase, Anditya Yosephat. Implementasi Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta sebagai Universitas Riset Berkelas Dunia. Diss. UAJY, 2014.

<sup>18</sup> Patona, PLA Rosy Alba, Andries Lionardo, and Nurlly Meilinda “ Peran Cyber Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Memberikan Informasi Public. Diss. Sriwijaya University, 2019



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi, Universitas Telkom yang berjudul “Strategi Cyber Public Relations Website E-Marketplace (Studi Deskriptif pada Website E-Marketplace Jual Beli Hasil Laut Pasarlaut.com)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Cyber Public Relations Pasarlaut.com dalam menginformasikan Pasarlaut.com. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis studi deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1. Tujuan Apa yang dilakukan oleh cyber PR adalah membangun kesadaran dan pengetahuan merek tentang situs Pasarlaut.com. 2. Pasarlaut.com menggunakan empat dari enam alat PR online yaitu: website, email, media sosial, dan publisitas melalui mesin pencari. 3. Dalam perencanaan dan selama proses implementasi, Pasarlaut.com menggunakan beberapa langkah untuk mengeksekusi strategi, termasuk: manajemen konten, hubungan media, perencanaan media sosial dan gunakan optimasi mesin pencari organik. 4. Penilaian dilakukan melalui komunikasi langsung atau tatap muka dalam aktivitas keseharian Morning Glory, data penilaian diperoleh melalui penggunaan aplikasi analytics.<sup>19</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan yang peneliti lakukan yaitu fokus penelitian yang mana penelitian di atas berfokus pada mensejahterakan nelayan dan memutus rantai penjualan ikan yang merugikan para nelayan menggunakan strategi cyber PR Pasarlaut.com dalam menginformasikan Pasarlaut.com, Teori yang digunakan serta subjek penelitian yang peneliti lakukan pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Penerapan (Implementasi)

Penerapan atau implementasi secara umum dalam kamus besar Indonesia berarti pelaksanaan atau penerapan. Istilah implementasi atau

<sup>19</sup> Yumikosari, Melati Agustin, and Hadi Purnama. "Strategi Cyber Public Relations Website E-Marketplace." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 3.1 (2018): 57-65

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penerapan biasanya dikaitkan dengan suatu kegiatan yang dilaksanakan guna mencapai tujuan tertentu. Implementasi merupakan sebuah penempatan ide, konsep, kebijakan atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan maupun nilai dan sikap.<sup>20</sup>

Menurut Kadir penerapan atau implementasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menguji data dan menerapkan sistem yang diperoleh dari kegiatan seleksi. Maksudnya yaitu implementasi merupakan proses untuk menguji antara konsep dengan konseptual atau antara *text* dan konteks.<sup>21</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa implementasi atau penerapan adalah suatu proses untuk menilai, mengevaluasi dan mengukur apakah suatu peraturan atau kebijakan dapat berjalan dengan baik atau tidak, dengan begitu akan memunculkan nilai apakah harus ada evaluasi atau tidak terhadap program tersebut.

### 2.2.1 Cyber Public Relations

#### a. Pengertian Cyber Public Relations

Dalam buku Onggo, B.J ia menyebut cyber public relations sebagai E-PR yang mana memiliki pengertian sebagai inisiatif PR atau *public relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publikasinya. Jika diuraikan, E-PR dapat memiliki pengertian sebagai berikut:

E adalah electronic

“e” didalam E-PR sama halnya dengan “e” sebelum kata mail atau commerce yang mengacu pada media elektronik internet. Mengingat popularitas multifungsi dan praktis media internet, media ini ini dimanfaatkan pula oleh para praktisi PR untuk membangun merek

<sup>20</sup> Haji, B. T. A. Pengertian Implementasi. *LAPORAN AKHIR*, hal 31

<sup>21</sup> Rahmat, D. (2017). Implementasi Kebijakan Program Bantuan Hukum Bagi Masyarakat Tidak Mampu di Kabupaten Kuningan. *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, hal 37.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*)

P adalah public

“Public” disini mengacu bukan hanya pada publik, namun juga pasar konsumen. Public juga tiak mengacu hanya pada satu jenis pasar konsumen, namun pada berbagai pasar atau publik audiens. Media internet dapat memudahkan kita dalam menjangkau publik atau audiens dengan lebih cepat dan praktis begitu pula sebaliknya, dapat memudahkan mereka untuk menjangkau kita, mulai dari komunitas mikro atau niche market hingga hipermarket.

R adalah relations

Relations merupakan hubungan yang harus dipupuk antara pasar dan bisnis Anda. Itulah kunci kepercayaan dalam suatu pasar agar suatu bisnis berhasil. Menariknya, menggunakan media internet hubungan yang sifatnya *one-to-one* dapat dibangun dengan waktu yang cepat karna sifat internet yang internet. Hal ini berbeda dengan publik konvensional. Dalam publik konvensional anda harus menjangkau mereka dengan sifat *one-to-many*. Itulah sebabnya internet merupakan media pembangun hubungan yang paling ampuh dan cepat serta luas jangkauannya hingga kini.<sup>22</sup>

Dari penjelasan di atas E-PR merupakan aktivitas yang di lakukan oleh seorang praktisi humas untuk menjalin hubungan dengan publiknya menggunakan media internet. E-PR adalah penerapan dari perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang di gunakan untuk mempermudah dalam keperluan aktivitas public relations. Tujuannya untuk mempercepat penyampaian informasi terhadap public dan bertindak cepa tatas permasalahan yang muncul dalam organisasi.

#### b. Karakteristik Cyber Public Relations

Menurut Hidayat dalam bukunya “*Media Public Relations*” menyebutkan ada beberapa karakteristik kerja media *cyber public*

<sup>22</sup>Onggo, B. J. (2004). *Cyber public relations*. Elex Media Komputindo



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*relations* atau E-PR di antaranya yaitu:

#### 1) *Direct feedback*

Dapat memberikan respon yang cepat dan langsung. Hadirnya internet memberikan kemudahan kepada penggunanya yang memungkinkan memberikan respon atau tanggapan public dapat dengan cepat diterima, sehingga segala sesuatu maupun permasalahan dan pertanyaan dari publik dapat dengan cepat terjawab oleh perusahaan.

#### 2) Peluang Bersaing

Dalam media cyber membuka peluang yang luas untuk bersaing di pasar global. Dengan adanya internet telah membuka dunia dengan mudah, sehingga kendala lokasi, jarak, ruang dan waktu tidak menjadi hambatan. Media cyber tidak mengenal jarak dan ruang. Setelah anda terkoneksi dengan media *online* maka pada saat itu pula seluruh masyarakat yang terkoneksi dapat menerima informasi yang disampaikan atau dimuat pada media *cyber public relations*.

#### 3) *Two Way Communication*

Hadirnya media cyber sangat memungkinkan terjadinya interaktif. Penggunaan internet, menyebabkan dapat terjadinya komunikasi dua arah atau interaktif antara organisasi atau pemilik kepentingan dengan publiknya dengan mudah. Artinya, tidak perlu membutuhkan waktu yang lama, anda dapat dengan cepat mengetahui keinginan dan kebutuhan dari publik atau *stakeholder* perusahaan.

#### 4) Memperkuat Hubungan Komunikasi

Komunikasi antar perusahaan dalam hal ini diwakili oleh PR dengan publik sebagai tujuan utama dalam aktivitas PR digital karena dapat membantu hubungan yang kuat bermanfaat dan saling pengertian yang tidak dapat dilakukan langsung oleh media *offline*.

#### 5) Keunggulan lainnya dari media cyber adalah hemat

Tidak perlu merogoh kocek terlalu dalam dalam menyediakan anggaran dikarenakan mengakses *internet* saat ini sudah dapat dilakukan dengan mudah dan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

murah.<sup>23</sup>

### c. Fungsi Cyber Public Relations

Dalam fungsi *cyber public relations* dapat menjadi suatu aktivitas pekerjaan yang berguna dalam kehumasan. Adapun fungsi *cyber public relations* adalah sebagai berikut:

#### 1) Publikasi

Melakukan kegiatan publikasi dalam internet yang dilakukan dengan cara mengikuti *mailing list* dan *newsletter* sesuai dengan target market perusahaan atau organisasi. Seorang PR membuat tulisan berupa artikel tentang organisasi ataupun perusahaan tersebut yang kemudian dipublikasikan. Selain itu PR juga membuat *Website* untuk target audiens dan memperoleh informasi sesuai keinginan mereka.

#### 2) Menciptakan Berita

Penyedia jasa *Public Relations* professional memiliki database alamat email atau kontak para wartawan, peliput berita, untuk mengirimkan siaran pers perusahaannya. PR juga menjalin hubungan yang baik terhadap awak media agar kegiatan media relations mudah dilakukan oleh reporter dan saling menguntungkan diantara keduanya.

#### 3) Promosi

PR juga melakukan promosi secara online yang baik dan *event* yang bisa memberikan dimensi baru bagi pemasarannya. Membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak pemangku kepentingan.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Daryono, M. A. (2016). *Strategi Cyber Public Relations PT Semen Tonasa dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Publik* (Doctoral dissertation, universitas Islam Negeri Alauddin Makassar). Hal 23-24

<sup>24</sup> Pujianti, C.D (2020). *Implementasi Cyber Public Relations Dalam Membangun Reputasi PT Pertamina (Persero) Refinery Unit (RU) II Dumai* (Doctoral dissertation, Univrsitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).hal 17

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### d. Aktivitas Cyber Public Relations

Dalam aktivitas *cyber public relations*, Widodo berpendapat beberapa aktivitas *cyber PR* untuk memperkuat reputasi atau citra, antara lain:<sup>25</sup>

1. Membuat *website* sehingga target audiens anda dapat memperoleh informasi sesuai keinginan mereka.
2. Membuat *media kit online*
3. Mengirimkan informasi secara reguler ke media dan juga pelanggan
4. Mengaitkan bisnis dengan topik-topik *actual* sehingga memudahkan pelanggan menemukan produk atau jasa anda.
5. Dalam kondisi krisis atau ada masalah, perlu menciptakan skses informasi yang lebih cepat dari biasanya.
6. Bergabung dengan kelompok diskusi *online* sehingga bisa memantau reputasi *brand* dan target potensial pasar anda.
7. Membuat promosi *online* dan *event* yang dapat memberikan dimensi baru bagi pemasaran
8. Membangun hubungan yang baik dengan segala pemangku kepentingan

#### e. Peran dan Manfaat Cyber Public Relations

Peranan *cyber public relations* disini erat hubungannya dengan media online dan media cetak yang penting kaitannya dengan strategi pemasaran disuatu perusahaan. Hasil yang sangat baik akan diperoleh dengan adanya kombinasi antara publikasi online maupun offline. Berikut beberapa peran dan manfaat bagi perusahaan diantaranya :

- a. Membangun digital brand images yakni membangun citra dengan gambar- gambar, cuplikan-cuplikan tayangan dalam bentuk digital melalui media internet.

<sup>25</sup> Silvia Rita Fariani dan Widodo Aryanto, Panduan Praktisi PR



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Memelihara hubungan yang baik dengan berbagai media online melalui media elektronik internet dalam dunia cyber (maya).
- c. Dapat dengan cepat mendapatkan *feed back* dari publik dan mengetahui secara langsung sebenarnya apa yang sedang dibutuhkan oleh publik.
- d. Membuka pasar yang kondusif dalam rangka peningkatan dan perluasan penjualan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
- e. Membuka ruang yang aman dan terkendali untuk meningkatkan investasi dan perluasan usaha.
- f. Kolaborasi antara strategi public relations offline dan cyber public relations atau E-PR yang sama-sama berperan untuk membangun dan menciptakan citra yang positif dalam suatu organisasi, lembaga pemerintahan atau perorangan di mata individu, perusahaan maupun pemertintah.<sup>26</sup>
- g. Mendukung departemen pemasaran atau marketing melalui 3 R yaitu:
  1. Relations (hubungan) adalah mampu berkomunikasi, berinteraksi dan menjalin hubungan yang baik dengan berbagai pihak dalam rangka membangun citra perusahaan.
  2. Reputasi (citra, images, pamor) adalah kesan, prasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang diciptakan dengan sengaja oleh suatu obyek, orang maupun organisasi. Tujuan yang dilakukan cyber public relations disini adalah suatu seni dalam membangun reputasi online yang baik secara berkesinambungan melalui teknologi modern berupa media elektronik internet
  3. Relevansi (benar/akurat) maksudnya yaitu memberikan informasi yang relevan yang sesuai dengan target audiens.

#### f. Jenis Media Cyber Publik Relations

Dalam menjalankan fungsinya cyber public relations membutuhkan media sebagai alat untuk menyebarkan informasi seluas dan secepat mungkin kepada

<sup>26</sup> Sari, C. P. (2010). *Cyber Public Relations sebagai media komunikasi: studi pada Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Timur* (Doctoral dissertation, IAIN Sunan Ampel Surabaya).

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

publik. Pada proses penyampaian informasi dibutuhkan cara yang efektif, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Berikut jenis-jenis media cyber public relations.<sup>27</sup>

### 1. Online media

Media cyber atau media baru (*new media*) yang saat ini sangat diminati masyarakat. Bahkan saat ini telah banyak media cyber yang banyak digunakan oleh publik. Media cyber disebut pula sebagai media kontenpuler yang terbagi menjadi (1) Media massa *online*, yaitu *magazine online*, *newspaper online*, *digital television* dan *digital radio* yang ditujukan kepada target menonton televisi dan mendengarkan radio secara *streaming* melalui sambungan jaringan internet dan (2) Media non-massa *online*, terdiri dari *video conference*, *chatting* dan *teleconference*. Media ini dapat digunakan dua orang atau lebih dilakukan melalui telepon atau jaringan internet yang memungkinkan penggunaanya dapat saling melihat dan mendengar apa yang sedang dibicarakan.

### 2. Wire service

Menurut laemar (Hidayat) , *wire service* adalah media pendistribusian berita informasi perusahaan. Seperti bisnis *wire*, dan PR *new wire*. Media cyber ini dibuat sebagai layanan kepada media massa atau wartawan. Dengan adanya *wire service* yang tentunya akan memudahkan para awak media dan wartawan cukup dengan mengakses situs web atau perusahaan yang dituju.

*Wire service* berupa *website* perusahaan atau *website* resmi (*official sit*) yang dibuat oleh perusahaan dan disesuaikan dengan kebutuhan publikasi informasi perusahaan atau lembaga pemerintah. Biasanya didalamnya berisi informasi terkait perusahaan secara keseluruhan, baik berupa profil perusahaan, berita terkini, katalog produk atau jasa dan lain sebagainya.

### 3. Press Release

*Press Release* atau yang serig kita dengar dengan siaran pers merupakan media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan. Fungsinya sebagai

<sup>27</sup>Atikah, R. (2019). *Implementasi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT PLN (Persero) Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

sarana publikasi berita dimana *press release* online disebarkan melalui media online dengan langsung mengirimkan via *email* kepada e-mail perusahaan atau menampilkan langsung di *website* perusahaan.

#### 4. *E-mail Autoresponder*

Merupakan perangkat E-PR yang berfungsi secara otomatis menjawab *e-mail*

secara otomatis an cepat. Sistem ini diciptakan untuk mringankan praktisi cyberPR dalam menjawab pertanyaan yang berulang-ulang tanpa harus selalu didepan computer.

#### 5. *E-Newsletter*

*E-Newsletter* adalah versi online dari majalah atau publikasi online dimana *e-newsletter* ini memudahkan *customer* mengetahui berita atau informasi terbaru tanpa harus keperusahaan atau suatu lembaga pemerintah.

#### 6. *Social media*

Keberadaan *social media* dapat mempermudah seorang praktisi PR dalam menciptakan hubungan yang baik dan lebih kuat dengan publiknya. *Social media* sebagai salah satu hasil dari perkembangan teknologi 2.0 yaitu sebuah media yang digunakan seorang dalam berkomunitas *online* diseluruh dunia. Media sosial merupakan salah satu produk *new media* yang menggunakan internet, media yang berbasis teknologi, fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik.

### 2.2.2 Public Relations

#### a. *Pengertian Public Relations*

Pada awalnya *Public Relations* (humas) diartikan sebagai kegiatan membujuk public untuk memiliki persepsi yang mendukung serta memiliki niat baik,<sup>28</sup> bahkan hingga saat ini banyak praktisi humas yang memiliki pandangan bahwa humas hanya sebagai komunikasi satu arah yang bertujuan untuk membujuk pihak lain agar berpihak kepada organisai atau perusahaan yang memiliki kepentingan.

<sup>28</sup> Bernays, E. L. (1955). The theory and practice of public relations: A resume. *The engineering of consent*, 3-25.



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seiring perkembangan zaman, pandangan mengenai pengertian humas atau *Public Relations* mulai mengalami perubahan. Pengertian mengenai humas mulai memasukan aspek komunikasi yaitu hubungan dua arah (*two-way communications*). Definisi mengenai humas kemudian mengalami perubahan dengan adanya kata-kata seperti reciprocal (timbal balik), mutual (saling) dan between (antara). Dengan begitu, pengertian humas memiliki pengertian aksi timbal balik (interaktif).

Dari penjelasan diatas dapat kita artikan *Public Relations* atau humas adalah sebuah aktivitas atau usaha yang sudah direncanakan untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta dengan tindakan yang bertanggung jawab, yang didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling menguntungkan atau memuaskan<sup>29</sup>

## b. Ruang Lingkup Kerja Public Relations

Ruang lingkup PR dalam organisai,perusahaan ataupun lembaga pemerintahan yaitu mencakup publisitas, pemasaran, *public affairs*, manajemen isu, lobi dan hubungan investor. Dalam ruang lingkup kerja humas tersebut kemudian membentuk spesialisasi kehumasan yang bersifat khusus. Seperti dalam hal publisitas yang melahirkan bidang kekhususan yang sering dikenal dengan *media relations*. *Media relations* berfokus pada khalayak seperti wartawan(*pers*) dan media massa.

*Public affairs* terbagi menjadi tiga bidang spesialisasi humas, diantaranya *community relations*, *government relations* dan *industry relations*. *Community relations* yang berfokus menjalin hubungan yang baik dengan khalayak masyarakat yang berada di sekitar perusahaan. Hal ini sangat penting untuk dibina agar masyarakat sekitar mempunyai persepsi yang baik terhadap perusahaan dan mendapat dukungan penuh warga terhadap setiap aktivitas perusahaan yang menentukan keberhasilan perusahaan atau organisasi dalam menjalankan setiap programnya.

<sup>29</sup>Morissan, S. H. (2014). *Manajemen public relations*. Kencana. Hal 6-7

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Government relations* berfokus dalam menjalin hubungan dengan aparat pemerintahan, yang bertujuan untuk menjaga hubungan dan koordinasi yang positif dengan lembaga pemerintah agar tercipta kerja sama yang tersinergi. Adapun *industrial relations* yang berfokus memperhatikan kelompok buruh atau para pekerja. Aspek pemburuhan ini sangat penting karna keberhasilan perusahaan sangat di tentukan oleh adanya kerja sama yang baik antara perusahaan dan buruh.

Pemasaran terbagi menjadi beberapa bidang yang disebut dengan *marketing relationsn* atau *marketing communication* dan *costumers relations* yang bertugas khusus melayani konsumen dan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan lebih berfokus terhadap konsumen atau pelanggan , yaitu khalayak yang langsung berhubungan dengan perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. *Marketing Communications* merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam bidang pemasaran ini.

Manajemen isu dalam humas yang bertugas melakukan riset komunikasi yang bertujuan untuk mengetahui pandangan dan opini khalayak terhadap perusahaan atau organisai dan untuk mengetahui tingkat kepuasaan khalayak terhadap produk, jasa ataupun pelayanan yang perusahaan berikan. Menjadi bahan evaluasi intern perusahaan atau organisasi untuk ditanggapi sebagai wujud akselerasi<sup>30</sup>

#### c. Fungsi Public Relations

Dalam dunia PR, humas memiliki berbagai fungsi utama dalam organisasi dalam berbagai bidang dan segi, berikut beberapa fungsi humas yang paling utama:

- a) Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik : antara suatu organisasi dengan publiknya, baik public internal maupun eksternal untuk membangun hubungan yang baik dan saling pengertian.

<sup>30</sup> Darwadi, M. S. (2019). Pmbentukan Citra Positif Prusahaan Melalui Cyber Public Relations, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 901-915.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya
- c) Memberikan saran kepada pemimpin organisasi terkait cara-cara bagaimana mengedalikan pendapat umum sebagaimana semestinya.
- d) Membangkitkan motivasi dan partisipasi public dalam rangka membangun rasa simpati dan pendapat public yang menguntungkan organisasi, perusahaan maupun lembaga pemerintahan.
- e) Menggunakan komunikasi yang baik untuk mempengaruhi pendapat umum. Sedangkan menurut Internasional Public Relations Association (IPRA) tahun 1981 yang menyimpulkan fungsi PR humas masa kini meliputi 15 pokok yaitu :
  - a. Memberi konseling yang disadari pemahaman masalah terkait perilaku manusia.
  - b. Melakukan analisis “trend” masa depan dan menganalisa akan akibat-akibatnya bagi suatu institusi.
  - c. Melakukan riset pendapat, bagaimana sikap dan harapan masyarakat terhadap suatu organisasi atau lembaga serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan organisasi yang mengatasinya.
  - d. Membangun dan membina komunikasi dua arah yang berdasarkan kebenaran dan informasi yang utuh.
  - e. Mencegah terjadinya konflik dan salah pengertian
  - f. Meningkatkan rasa saling menghormati dan memiliki rasa tanggung jawab sosial yang tinggi
  - g. Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota , pemasok dan konsumen
  - h. Memperbaiki hubungan industrial
  - i. Melakukan penyerasian tujuan atau kepentingan institusi dengan kepentingan umum.
  - j. Menarik calon anggota yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari organisasi atau



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan.

- k. Memasyarakatkan produk atau layanan
  - l. Berusaha memaksimalkan pendapatan laba
  - m. Menciptakan jati diri institusi
  - n. Merawat dan membina minat mengenai masalah-masalah nasional maupun internasional
  - o. Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi

Secara sederhana humas memiliki fungsi yaitu, mengevaluasi sikap dan opini public, formulasi dan implementasi prosedur dan policy organisasi atas komunikasi organisasi terhadap public, mengkoordinasikan program-program organisasi, mengembangkan hubungan dan *good-well* melalui proses dua arah dan mengembangkan hubungan positif antara organisasi dan public.<sup>31</sup>

#### **d. Peran Humas Dalam Instansi Pemerintah**

Saat ini peranan humas semakin dibutuhkan oleh hampir semua organisasi atau lembaga, baik profit maupun non profit, dari perusahaan industri, organisasi profesi, industri pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara umum humas berperan sebagai komunikator sebuah organisasi atau lembaga dan perusahaan baik dari publik internal maupun publik eksternal. Dengan begitu humas menjadi salah satu ujung tombak dari organisasi, perusahaan maupun lembaga untuk bersaing dalam era globalisasi. Humas dibutuhkan untuk menjalin komunikasi dengan para stakeholders ataupun dalam mengkomunikasikan visi, misi dan program organisasi-organisasi tersebut kepada publik.

Humas dengan media massa merupakan mitra pemerintah atau lembaga pemerintah dalam menyampaikan informasi disemua sector, termasuk menyangkut masalah pembangunan disegala bidang. Karna humas dengan media

<sup>31</sup> Rondonuwu, S. (2018). Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan Pt. Takindo Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(42).



massa memiliki peran yang cukup tinggi dalam menyampaikan informasi kepada publik.<sup>32</sup> Terdapat peranan humas dalam manajemen perusahaan, humas atau PR organisasi, perusahaan maupun lembaga pemerintah memiliki fungsi-fungsi manajemen perusahaan, secara garis besar aktivitas humas utamanya berperan sebagai:<sup>33</sup>

- a. *Communicator*, kemampuan sebagai komunikator secara langsung, melalui media elektronik cetak atau elektronik dan lisan (*spoke person*) dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan persuader. Komunikasi manajemen dalam prakteknya, bersifat komunikasi vertikal, horizontal dan eksternal.
- b. *Relationship*, kemampuan humas yang berperan membangun hubungan yang positif antara lembaga yang mewakilinya dengan publik internal maupun eksternal. Berupaya membangun rasa saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.
- c. *Back up management*, melakukan dukungan atau menunjang kegiatan lain, seperti bagian manajemen promosi, pemasaran, oprasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu instansi lembaga, organisasi atau perusahaan.
- d. *Good image maker*, menciptakan citra yang positif atau publikasi yang baik merupakan suatu prestasi, reputasi, dan sekaligus menjadi tujuan utama dalam aktivitas humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan untuk membangun citra baik lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

### 2.2.3 Pengertian New Media

*New media* sebagai bentuk transformasi dari media lama, media baru menyandang Media baru disebut "baru" karena menggunakan teknologi media

<sup>32</sup> F.Rachmadi, Public Relation, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 1992), Hlm. 74

<sup>33</sup> Rosadi Ruslan, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 27

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tradisional yang diperbarui. Dari segi teknis, media baru menggunakan teknologi yang lebih kompleks. Dalam hal komunikasi, teknologi ini telah menciptakan fungsi pengiriman pesan baru yang tidak dimiliki media tradisional. Pembaruan berdampak pada jenis pengguna. Jika media tradisional telah menyentuh hampir semua lapisan masyarakat, maka media baru masih terbatas pada kalangan tertentu. Pengguna media baru sebagian besar berasal dari kelas menengah ke atas dengan tingkat pendapatan dan pendidikan. Dari sisi pendapatan dan tingkat pendidikan, pengguna dari kalangan menengah ke atas biasanya berada pada usia produksi atau dewasa. Namun pada kenyataannya, pengguna aktif media baru tidak terbatas pada orang dewasa, tetapi juga anak muda.

Media baru telah diposisikan sebagai bagian penting dari kehidupan anak muda. Hal ini dikarenakan anak muda membutuhkan media baru untuk mendukung proses komunikasi dengan teman dan keluarga. Di usia muda, seseorang belum dikenakan tanggung jawab untuk bekerja, sehingga membangun hubungan sosial dengan orang lain masih menjadi suatu aktivitas yang menyenangkan<sup>34</sup>

#### 2.2.4 Internet Sebagai media komunikasi baru (New Media)

Internet merupakan media baru karena pada awalnya hanya digunakan untuk mentransfer edisi cetak ke edisi online agar lebih mudah dibaca oleh banyak orang tanpa menghabiskan banyak uang dan mempermudah distribusi. Namun, dengan munculnya aplikasi web 2.0 (word, wide, web), semakin banyak praktisi media dan internet yang menyadari keunggulan lain dari media baru. Media baru memberikan kemudahan bagi penggunanya seperti kemudahan distribusi, pengarsipan, dan biaya rendah, tetapi juga karena kemampuannya untuk menyampaikan konten multimedia dan interaksi yang mudah antara pembaca dan penulis.

Pada dasarnya media baru muncul pada tahun 1980-an yang didasari

<sup>34</sup> Kaveri Subrahmanyam & David Smahel. 2011. *Digital Youth : The Role of Media In Development*. London: Springer. Hal 32





Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyebarkan informasi secara luas dan cepat tanpa biaya yang mahal dan waktu yang lama. Hal ini memberikan anggapan website sebagai media komunikasi yang efektif dan efisien. Selain itu, situs ini juga interaktif, menyediakan berbagai cara bagi pengguna situs untuk berpartisipasi dalam aktivitas secara online. Kotler dan Armstrong mengambil pandangan ini dari bidang pemasaran online dan memperkuat pandangan ini dengan Tujuh C (7C) desain situs web yang efektif, yang mudah digunakan, terlihat profesional dan menarik secara fisik diantaranya:<sup>37</sup>

- 1) *Context* (tata letak dan rancangan *website*)
- 2) *Content* (teks, gambar, suara dan video yang menjadi isi *website*)
- 3) *Community* (konten pada *website* yang memungkinkan terjadinya komunikasi antarpengguna)
- 4) *Customization* (kemampuan pada *website* untuk menyesuaikan dirinya sendiri kepada pengguna berbeda atau memungkinkan pengguna mempersonalisasikan *website*)
- 5) *Communication* (konten *website* yang memungkinkan terjadinya komunikasi antara *website* dengan dengan pengguna, pengguna dengan *website*, atau komunikasi dua arah)
- 6) *Connection* (tingkat hubungan *website* dengan *website*)
- 7) *Commerce* (kapabilitas *website* untuk memungkinkan transaksi perdagangan)

John Vivian juga menambahkan jika kekuatan *website* di dalam internet, antara lain terletak pada:<sup>38</sup>

- a) Isi

Inti dari pesan media massa adalah nilai dari isi, pengukuran tradisional

<sup>37</sup> Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi 12, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga. Hal 246

<sup>38</sup> Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group. Hal 277

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atas keunggulan suatu bentuk komunikasi dapat dipakai, contohnya akurasi, kejelasan dan koherensi.

#### b) Daya Navigasi

Daya navigasi menunjukkan apakah *website* mempunyai link internal sehingga pengguna dapat mudah berpindah dari satu halaman ke halaman yang lain. Selain itu, dapat berpindah dari beberapa lokasi di *website* tersebut.

#### c) Link Eksternal

Link internal menunjukkan ada hubungan dengan *website* lain di jaringan global.

#### d) Waktu loading

*Website* yang baik memanfaatkan internet sebagai media visual, sehingga pada saat yang sama halaman web harus dapat dengan cepat dibuka agar pengguna tidak menunggu lama.

Penjelasan di atas, merupakan beberapa keunggulan *website*, dengan desain *website* yang menarik akan menjadi kekuatan *website* itu sendiri, menggambarkan poin-poin menarik untuk selalu mengunjungi *website*. Penggunaan *website* tidak hanya dapat dilihat sebagai pemberitahuan dan penyebaran informasi yang cepat dan luas. Selain itu, *website* juga dapat membuka peluang interaktif melalui konten yang disediakan oleh pemilik *website*. Beberapa hal tersebut menjadikan *website* sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien, berbagi segala informasi, segala aktivitas, dan apapun kebutuhan atau keinginan pemilik *website*.

Pembahasan di atas mulai dari kelebihan *website*, rancangan evektifitas *website*, dan kekuatan *website* memperlihatkan beberapa poin yang menjelaskan daya Tarik untuk senantiasa mengakses sebuah *website*. Penggunaan *website*.

#### b) Instagram

Instagram merupakan media baru (sosial media) yang digunakan untuk berbagi foto dan video yang memberikan kemampuan kepada pengguna untuk mengambil foto dan video dengan menerapkan filter digital dan memberikan deskripsi yang biasa disebut dengan judul. media Foto atau video, misalnya





#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Editor (Efek Foto)

Intagram memiliki tool editor yang memberikan ruang bagi penggunanya untuk memoles foto yang telah diambil melalui kamera perangkatnya. Didalam fiturnya akan dijumpai 10 tool editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencerahanm, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan. Dalam update terbaru Instagram tidak lagi[ mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga landscape. Memeberikan keleluasaan kepada penggunanya saat ingin membagiakan foto dengan sudut tangkapan yang lebih luas atau lebar.

## 3. Tag dan Hastag

Sepertihalnya jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga memiliki fitur tag dan hastag. Dimna yang fungsi tag untuk menandai teman dan hastag berfungsi mengelompokan foto dalam satu label dan menjadikan ciri foto khas dengan hastag yang unik untuk membuatnya menjadi viral.

## 4. *Caption*

Caption berfungsi layaknya deskripsi sebagai arti dan keterangan dari sebuah gambar, karna foto tanpa keterangan seperti tidak lengkap dan sulit dipahami, dengan captionlah pengguna dapat memberikan sepatah dua patah kata terkait foto yang diunggah disamping tentunya menambahkan hastag

## 5. *Followers*

Fitur ini merupakan fitur yang sangat amat disukai untuk para pengguna Instagram. Fitur ini bertujuan untuk mengikuti akun Instagram seseorang maupunakun Instagram anada yang diikuti seseorang, semakin banyaknya pengikut intsagram tersebut maka semakin populer pula dan dikenal banyak orang.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Integrasi ke jejaring sosial

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain, seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan Flickr. Setelah mengaktifkan alat ini, setiap kali Anda membagikan foto, itu akan secara otomatis membagikannya ke jejaring sosial yang terhubung.

## 7. Insta stories dan insta live

Fitur ini merupakan fitur baru kedua yang diperkenalkan oleh Instagram. Fitur insta story memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video sementara hanya dalam waktu 24 jam. Pada saat yang sama, untuk insta live, yang baru saja diluncurkan pada Januari 2017, memungkinkan pengguna untuk melakukan video langsung dengan pengguna lain.<sup>41</sup>

### 2.2.5 Kajian Teori

#### a. Teori *Functional Approach to Mass Communication*

Teori yang dikemukakan oleh Charles Wright pada tahun 1960 membahas tentang bagaimana pendekatan fungsional terhadap penggunaan media massa. Media memiliki banyak fungsi terhadap kehidupan sosial kita. Para ahli terutama yang mengemukakan teori ini menggunakan lima unsur yang menjelaskan fungsi penggunaan media oleh masyarakat, diantaranya:<sup>42</sup>

1. *Surveillance* (pengawasan, pengamatan). Maksudnya yaitu penggunaan media bertujuan untuk menyediakan serta memberikan berita dan informasi kepada publik.
2. *Correlation* maksudnya yaitu bahwa media digunakan untuk

<sup>41</sup> Diakses 29 Desember 2021 jam 19:00 WIB dari <https://dailysocial.id/post/apaitu-instagram?number=2015091777844>

<sup>42</sup> Pawit M Yusuf, Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal 179-180



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyediakan informasi dan berita setelah mereka melakukan seleksi, interpretasi dan evaluasi kritis terhadap semua aspek yang mungkin akan muncul.

3. Transmisi budaya. Maksudnya yaitu media berfungsi sebagai refleksi dari kepercayaan, nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku serta orang lain ditempat berbeda yang menggunakan fasilitas media.
4. *Entertainment* (hiburan). Media tak hanya berfungsi sebagai tempat menemukan informasi saja tetapi juga dapat berupa hiburan dan pelarian seseorang untuk menemukan hiburan tertentu.
5. *Mobilization*. Berbagai media terutama media massa memiliki fungsi sebagai alat mobilisasi masyarakat untuk melakukan suatu tindakan tertentu, terutama ketika saat terjadinya krisis komunikasi.

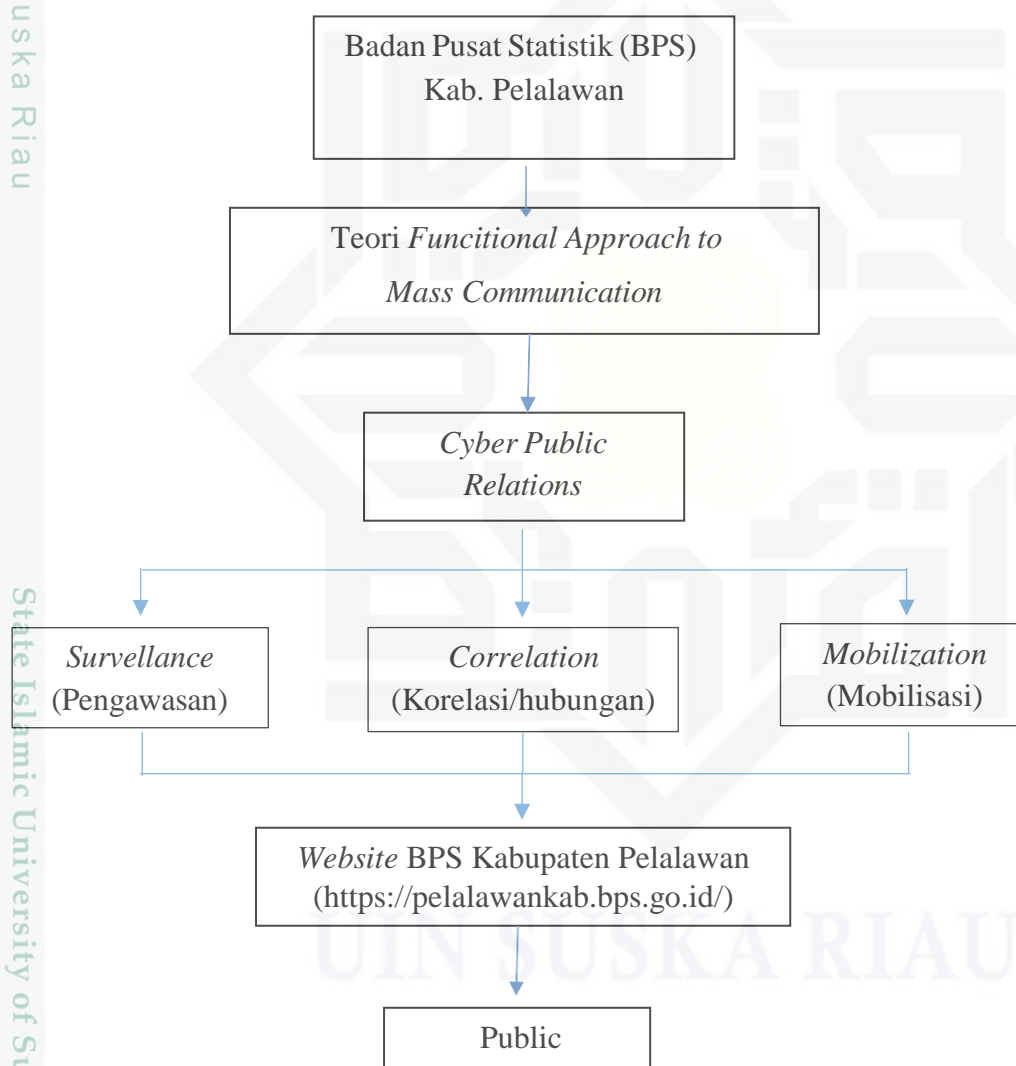
Melihat fungsi media itu sendiri, penggunaan media juga akan mengalami perubahan seiring perubahan aspek ruang dan waktu. Begitu pula dengan praktik Cyber Public Relations, teori ini dapat digunakan untuk mengetahui sistem dan fungsi media sesungguhnya yang sesuai dan tepat dalam menggunakan media sebagai sarana untuk menyebarkan informasi. Hadirnya media elektronik *online* tidak dapat dipungkiri memberi kemudahan terhadap pekerjaan cyber PR.

Dengan menjalankan fungsi media massa yang sudah tersedia dan berbagai media online lainnya. Seorang Public Relations dituntut untuk menjalankan fungsi media sebagaimana mestinya dalam mengelola penyampaian komunikasi dan informasi dengan baik sehingga membentuk opini publik yang baik dan terciptanya citra positif pada suatu organisasi atau perusahaan.

## 2.3 Krangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Charles Wright pada tahun 1960 sebagai landasan utama, yaitu Teori *Functional Approach to Mass Communication* yang mana menggunakan media masa sebagai pendekatan fungsional terhadap publik.

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

### 3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Kriantono penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling-nya* sangat terbatas. Penelitian ini akan menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat di capai dengan menggunakan prosedur statistik sehingga akan menghasilkan data berupa ucapan atau perilaku suatu individu yang diamati. Dengan menggunakan penelitian kualitatif peneliti dapat mengenali subjek dan mengetahui apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari.<sup>43</sup>

Adapun alasan mengapa peneliti menggunakan penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan data yang bersifat deskriptif dan sesuai dengan kenyataan dilapangan. Penelitian kualitatif memiliki kepekaan dan daya penyesuaian yang bersifat deskriptif untuk menggambarkan suatu keadaan atau gejala yang diteliti dengan ditemukannya fakta-fakta kejadian secara sistematis dan akurat.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun penelitian dilakukan pada Badan Pusat Statistik (BPS) Kab. Pelalawan yang beralamat di Jalan T. Said Ja'afar, Pangkalan Kerinci Bar., Kec. Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan, Riau 28654. Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan dimulai dari bulan September sampai dengan November 2021

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Berdasarkan sumbernya, data penelitian kualitatif ini dibedakan menjadi dua yaitu:

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari data

<sup>43</sup>Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.hal 56-57



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertama atau tangan pertama dilapangan yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini data primer didapatkan peneliti secara langsung dari pihak Badan Pusat Statistik (BPS) Kab. Pelalawan ,melalui wawancara dan observasi.

Tabel 3.1

No	Nama	Jabatan
1	Sumi'rad, SST	Kepala Subbagian Umum
2	Nasrul Saputra, SST	Kordinator Fungsi Statistik IPDS
3	Nadia Amalia, SST	Staf
4	Allan Maulana	Mitra BPS Pelalawan

## 2. Data Skunder

Data Skunder adalah data yang didapatkan peneliti secara tiak langsung atau menggunakan media pelantara seperti buku yang berkaitan dengan penelitian ini, catatan, penelitian terdahulu atau arsip yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan.<sup>45</sup>

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

## 1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sembari bertatap muka antara pewawancara dengan informan.<sup>46</sup> Dalam wawancara, peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis, *tape recorder* dan catatan-catatan kcil.

<sup>44</sup> Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.hal 41-42

<sup>45</sup> Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), Hal.138.

<sup>46</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hal 108

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah aktivitas mengamati secara langsung terhadap objek yang ingin diteliti baik melalui penglihatan sebagai alat bantu utama, dan alat indra lainnya berupa telinga, penciuman, mulut dan kulit. Observasi ialah kegiatan mengamati dan mencari data untuk memberikan suatu kesimpulan.<sup>47</sup> Dalam kegiatan ini peneliti mengamati bagaimana lingkungan organisasi dan proses penerapan *cyber PR* yang dilaksanakan.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan historis yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumentasi biasa berbentuk tulisan, gambar, notulen rapat, catatan khusus atau karya-karya monumental seseorang.<sup>48</sup> Peneliti ini menggunakan teknik dokumentasi untuk melengkapi dan memperkuat data dari hasil wawancara maupun observasi. Peneliti akan menghimpun dokumen-dokumen terkait aktivitas *cyber PR* Badan Pusat Statistik (BPS) Kab. Pelalawan, adapun data yang akan dihimpun berupa foto, rekaman video dan teks tertulis. Selain itu peneliti juga memanfaatkan *website*, media sosial dan pemanfaatan internet lainnya yang digunakan Badan Pusat Statistik untuk melengkapi data.

Dalam penelitian ini penulis menggali informasi melalui 5 orang informan yang bertugas dalam Badan Pusat Statistik (BPS) yang terdiri dari: Sekretariat utama, Deputi bidang metodologi dan informasi statistik, Deputi bidang statistik sosial, Deputi bidang statistik distribusi dan jasa, Inspektorat utama.

### 3.5 Validasi Data

Validasi data merupakan keabsahan atau akurasi suatu alat ukur. Setelah dilakukannya penelitian, selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan keabsahan data.<sup>49</sup>

<sup>47</sup> Suhar Saputra, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hal 209

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 233

<sup>49</sup> Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*,

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan trigulasi data dengan narasumber. Yaitu membandingkan hasil wawancara dengan informasi yang lainnya, sehingga akan diperoleh data yang akurat.<sup>50</sup> Triangulasi adalah tehnik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain. Empat macam triangulasi sbagai tehnik pemeriksaan yang memanfaatkan pengguna *narasumber, metode, penyelidik, dan teori*. Dengan tringulasi peneliti dapat *me-rechek* temuannya dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber,metode, penyelidik atau reori. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan cara :

- a. Mengajukan berbagai macam variasi prtanyaan
- b. Mengecknya dengan berbagai sumber data
- c. Memanfaatkan berbagai metode agar pengeckan data yang dapat dipercaya apat dilakukan.<sup>51</sup>

### 3.6 Tehnik Analisis Data

Menurut Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengelompokannya kedalam satu pola, kategori, dan satuan urutan dasar.<sup>52</sup> Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam suatu priode tertentu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Haberman yang sering dikrnal dengan metode analisis interaktif. Dalam analisis ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang secara bersamaan yaitu reduksi data (*reduction data*), penyajian data (*display data*), penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*).

<sup>50</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 24

<sup>51</sup> Ardianto, Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif

<sup>52</sup> Afifuddin, B. A. S., & Saebani, B. A. (2009). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: Pustaka Setia*. Hal 145



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### 4.1 Sejarah Badan Pusat Statistik

##### a. Sejarah Badan Pusat Statistik

Kegiatan statistik di Indonesia sudah dilaksanakan sejak masa Pemerintahan Hindia Belanda oleh . suatu lembaga yang didirikan oleh Direktur Pertanian, Kerajinan, dan Perdagangan (Directeur Van Landbouw Nijverheld en Handel) di Bogor. Pada Februari 1920. Lembaga tersebut bertugas mengolah dan mempublikasikan data statistic. Pada 24 September 1924, kegiatan statistik pindah ke Jakarta dengan nama Centraal Kantoor Voor De Statistiek (CKS) dan melaksanakan Sensus Penduduk pertama di Indonesia pada tahun 1930. Pada masa Pemerintahan Jepang di Indonesia pada tahun 1942-1945, CKS berubah nama menjadi Shomubu Chosasitsu Gunseikanbu dengan kegiatan memenuhi kebutuhan perang/militer.

Setelah Kemerdekaan Republik Indonesia (RI) diproklamasikan pada tanggal 17 Agustus 1945, lembaga tersebut dinasionalisasikan dengan nama Kantor Penyelidikan Perangkaan Umum Republik Indonesia (KAPPURI) dan dipimpin oleh Mr. Abdul Karim Pringgodigdo. Setelah adanya Surat Edaran Kementerian Kemakmuran tanggal 12 Juni 1950 Nomor 219/S.C., lembaga KAPPURI dan CKS dilebur menjadi Kantor Pusat Statistik (KPS) dibawah tanggung jawab Menteri Kemakmuran.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perekonomian Nomor P/44, KPS bertanggungjawab kepada Menteri Perekonomian. Selanjutnya, melalui SK Menteri Perekonomian tanggal 24 Desember 1953 Nomor IB.099/M kegiatan KPS dibagi dalam dua bagian yaitu Afdeling A (Bagian Riset) dan Afdeling B (Bagian penyelenggaraan dan Tata Usaha). Berdasarkan Keppres X nomor 172 tanggal 1 Juni 1957, KPS berubah menjadi Biro Pusat Statistik dan bertanggungjawab

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung kepada Perdana Menteri.

Sesuai dengan UU No.6/1960 tentang Sensus, BPS menyelenggarakan Sensus Penduduk serentak di pada tahun 1961. Sensus Penduduk tersebut merupakan Sensus Penduduk pertama setelah Indonesia merdeka. Sensus Penduduk di tingkat provinsi dilaksanakan oleh Kantor Gubernur, dan di tingkat Kabupaten/Kotamadya dilaksanakan oleh kantor Bupati/Walikota, sedangkan pada tingkat Kecamatan dibentuk bagian yang melaksanakan Sensus Penduduk. Selanjutnya Penyelenggara Sensus di Kantor Gubernur dan Kantor Bupati/Walikota ditetapkan menjadi Kantor Sensus dan Statistik Daerah berdasarkan Keputusan Presidium Kabinet Nomor Aa/C/9 Tahun 1965.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.16/1968 yang mengatur tentang Organisasi dan Tata Kerja BPS di Pusat dan Daerah serta perubahannya menjadi PP No.6/1980, menyebutkan bahwa perwakilan BPS di daerah adalah Kantor Statistik Provinsi dan Kantor Statistik Kabupaten atau Kotamadya. Tentang Organisasi BPS ditetapkan kembali pada PP No. 2 Tahun 1992 yang disahkan pada 9 Januari 1992. Selanjutnya, Kedudukan, Fungsi, Tugas, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja BPS diatur dengan Keputusan Presiden Nomor 6 Tahun 1992.

Pada tanggal 19 Mei 1997 ditetapkan UU Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik, dimana Biro Pusat Statistik diubah namanya menjadi “Badan Pusat Statistik”. Pada Keputusan Presiden No.86 Tahun 1998 tentang Badan Pusat Statistik, menetapkan bahwa perwakilan BPS di daerah merupakan Instansi Vertikal dengan nama BPS Provinsi, BPS Kabupaten, dan BPS Kotamadya. Serta pada tanggal 26 Mei 1999, ditetapkan PP Nomor 51 tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik di Indonesia.

Daftar Nama Kepala BPS Republik Indonesia:

1. **Abdul Karim Pringgodigdo.** Masa Jabatan: 1945 - 1946
2. **Sarbini Somawinata.** Masa Jabatan: 1956-1966
3. **M. Abdul Majid.** Masa Jabatan: 1966-1982

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. **Azwar Rasjid.** Masa Jabatan: 1982-1994
5. **Sugito Suwito.** Masa Jabatan: 1994-2000
6. **Sudarti Soerbakti.** Masa Jabatan: 2000-2004
7. **Choiril Maksum.** Masa Jabatan: 2004-2006
8. **Rusman Heriawan.** Masa Jabatan: 2006-2011
9. **Suryamin.** Masa Jabatan: 2011-2015
10. **Suhariyanto.** Masa Jabatan: 2015-2021
11. **Margo Yuwono.** Masa Jabatan: 2021-sekarang<sup>53</sup>

#### b. Sejarah Umum Badan Pusat Statistik

Badan Pusat Statistik adalah Lembaga Pemerintah Non-Departemen yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Sebelumnya BPS merupakan Biro Pusat Statistik, yang dibentuk berdasarkan UU Nomor 6 Tahun 1960 tentang Sensus dan UU Nomor 7 Tahun 1960 tentang Statistik. Sebagai pengganti kedua UU tersebut ditetapkan UU Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik. Berdasarkan UU ini yang ditindaklanjuti dengan peraturan perundangan dibawahnya, secara formal nama Biro Pusat Statistik diganti menjadi Badan Pusat Statistik.

Materi yang merupakan muatan baru dalam UU Nomor 16 Tahun 1997, antara lain :

- a. Jenis statistik berdasarkan tujuan pemanfaatannya terdiri atas statistik dasar yang sepenuhnya diselenggarakan oleh BPS, statistik sektoral yang dilaksanakan oleh instansi Pemerintah secara mandiri atau bersama dengan BPS, serta statistik khusus yang diselenggarakan oleh lembaga, organisasi, perorangan, dan atau unsur masyarakat lainnya secara mandiri atau bersama dengan BPS.
- b. Hasil statistik yang diselenggarakan oleh BPS diumumkan dalam Berita Resmi Statistik (BRS) secara teratur dan transparan agar

<sup>53</sup> Diakses 7 April 2022 Jam 09:00 dari <https://www.bps.go.id/menu/1/sejarah.html#masterMenuTab6>



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat dengan mudah mengetahui dan atau mendapatkan data yang diperlukan.

- c. Sistem Statistik Nasional yang andal, efektif, dan efisien.
- d. Dibentuknya Forum Masyarakat Statistik sebagai wadah untuk menampung aspirasi masyarakat statistik, yang bertugas memberikan saran dan pertimbangan kepada BPS

Berdasarkan undang-undang yang telah disebutkan diatas, peranan yang harus dijalankan BPS adalah sebagai berikut.

1. Menyediakan kebutuhan data bagi pemerintah dan masyarakat. Data ini didapatkan dari sensus atau survey yang dilakukan sendiri dan juga dari departemen atau lembaga pemerintahan lainnya sebagai data sekunder
2. Membantu kegiatan statistik di departemen, lembaga pemerintah atau institusi lainnya, dalam membangun sistem perstatistikan nasional.
3. Mengembangkan dan mempromosikan standar teknik dan metodologi statistik, dan menyediakan pelayanan pada bidang pendidikan dan pelatihan statistik.
4. Membangun kerjasama dengan institusi internasional dan negara lain untuk kepentingan perkembangan statistik Indonesia.<sup>54</sup>

#### 4.2 Visi dan Misi

Dengan mempertimbangkan capaian kerja, memperhatikan aspirasi masyarakat, potensi dan permasalahan serta dalam mewujudkan visi Presiden dan Wakil Peresiden maka Badan Pusat Statistik untuk tahun 2020-2024 adalah :

<sup>54</sup> Diakses 7 April 2022 Jam 10:00 dari <https://pelawankab.bps.go.id/menu/1/informasi-umum.html#masterMenuTab1>

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### “Penyedia Data Statistik Berkualitas untuk Indonesia Maju” (“Provider of Qualified Statistical Data for Advanced Indonesia”)

Dalam visi yang baru tersebut berarti bahwa BPS berperan dalam penyediaan data statistik nasional maupun internasional, untuk menghasilkan statistik yang mempunyai kebenaran akurat dan menggambarkan keadaan yang sebenarnya, dalam rangka mendukung Indonesia Maju.

Dengan visi baru ini, eksistensi BPS sebagai penyedia data dan informasi statistik menjadi semakin penting, karena memegang peran dan pengaruh sentral dalam penyediaan statistik berkualitas tidak hanya di Indonesia, melainkan juga di tingkat dunia. Dengan visi tersebut juga, semakin menguatkan peran BPS sebagai pembina data statistik.

Misi BPS dirumuskan dengan memperhatikan fungsi dan kewenangan BPS, visi BPS serta melaksanakan Misi Presiden dan Wakil Presiden yang Ke-1 (Peningkatan Kualitas Manusia Indonesia), Ke-2 (Struktur Ekonomi yang Produktif, Mandiri, dan Berdaya Saing) dan yang Ke-3 Pembangunan yang Merata dan Berkeadilan, dengan uraian sebagai berikut :

1. Menyediakan statistic berkualitas yang berstandar nasional dan internasional
2. Membina K/L/D/I melalui Sistem Statistik Nasional yang berkesinambungan
3. Mewujudkan Pelayanan prima di bidang statistic untuk terwujudnya Sistem Statistik Nasional
4. Membangun SDM yang unggul dan adaptif berlandaskan nilai profesionalisme, integritas dan amanah.

#### 4.2 Tugas, Fungsi dan Kewenangan Badan Pusat Statistik

Tugas, fungsi dan kewenangan BPS telah ditetapkan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 86 Tahun 2007 tentang Badan Pusat Statistik dan Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 7 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerja Badan Pusat Statistik.<sup>55</sup>

1. Tugas

Melaksanakan tugas pemerintahan dibidang statistik sesuai peraturan perundang-undangan.

2. Fungsi

- a. Pengkajian, penyusunan dan perumusan kebijakan dibidang statistik;
- b. Pengkoordinasian kegiatan statistik nasional dan regional;
- c. Penetapan dan penyelenggaraan statistik dasar;
- d. Penetapan sistem statistik nasional;
- e. Pembinaan dan fasilitasi terhadap kegiatan instansi pemerintah dibidang kegiatan statistik; dan
- f. Penyelenggaraan pembinaan dan pelayanan administrasi umum dibidang perencanaan umum, ketatausahaan, organisasi dan tatalaksana, kepegawaian, keuangan, kearsipan, kehumasan, hukum, perlengkapan dan rumah tangga.

3. Kewenangan

- a. Penyusunan rencana nasional secara makro di bidangnya;
- b. Perumusan kebijakan di bidangnya untuk mendukung pembangunan secara makro;
- c. Penetapan sistem informasi di bidangnya;
- d. Penetapan dan penyelenggaraan statistik nasional;
- e. Kewenangan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu;
  - f. i. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan tertentu di bidang kegiatan statistik;
  - ii. Penyusun pedoman penyelenggaraan survei statistik sektoral.<sup>56</sup>

<sup>55</sup>ibid

#### 4.4 Logo Badan Pusat Statistik



Gambar 4.1 Logo BPS

Logo pada Badan Pusat Statistik memiliki warna biru, hijau dan orange dan disetiap warna memiliki arti khusus, yaitu :

##### **Biru**

Melambangkan kegiatan sensus penduduk yang dilakukan sepuluh tahun sekali pada setiap tahun yang berakhiran angka 0 (nol).

##### **Hijau**

Melambangkan kegiatan sensus pertanian yang dilakukan sepuluh tahun sekali pada setiap tahun yang berakhiran angka 3 (tiga).

##### **Orange**

Melambangkan kegiatan sensus ekonomi yang dilakukan sepuluh tahun sekali pada setiap tahun yang berakhiran angka 6 (enam).<sup>57</sup>

<sup>56</sup> Diakses 7 April 2022 Jam 09:00 dari <https://www.bps.go.id/menu/1/sejarah.html#masterMenuTab>

<sup>57</sup> Ibid1

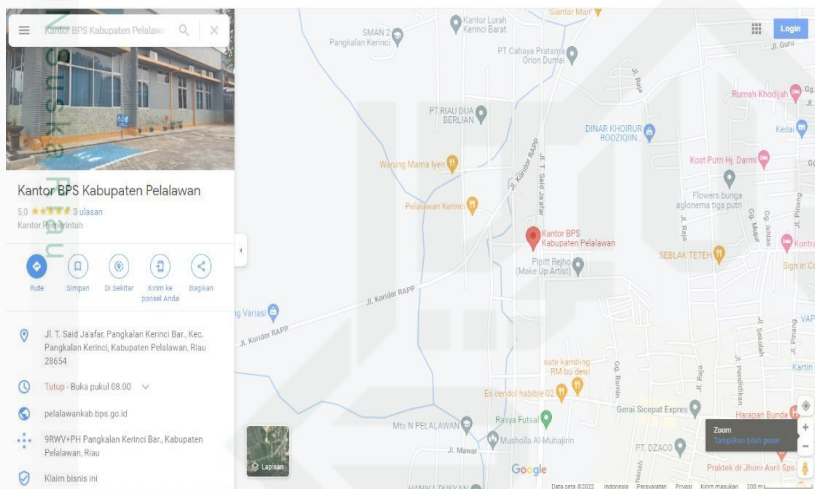


**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

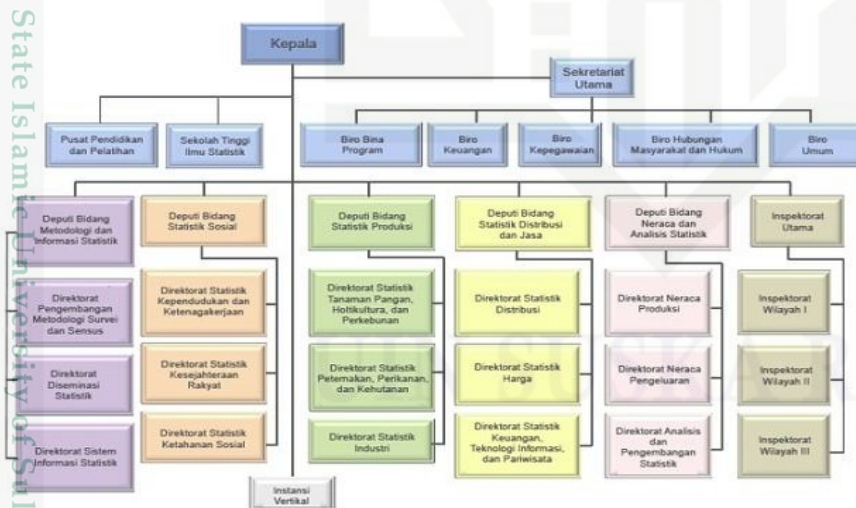
## 4.5 Letak Geografis Kantor Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan

Alamat Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan di Jl. T. Said Ja'afar, Pangkalan Kerinci Bar., Kec. Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan, Riau 28654<sup>58</sup>



Gambar 4.2 Lokasi Kantor BPS Kab.Pelalawan

## 4.6 Struktur Organisasi BPS



Gambar 4.3 Struktur Organisasi BPS

<sup>58</sup> Diakses 7 April 2022 Jam 10:00 dari <https://pelawankab.bps.go.id/menu/1/informasi-umum.html#masterMenuTab1>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Deskripsi :

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 86 Tahun 2007 tentang Badan Pusat Statistik dan Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 116 Tahun 201 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pusat Statistik. Susunan organisasi BPS terdiri dari:

1. Kepala;
2. sekretariat Utama;
3. Deputi Bidang Metodologi dan Informasi Statistik;
4. Deputi Bidang Statistik Sosial;
5. Deputi Bidang Statistik Produksi;
6. Deputi Bidang Statistik Distribusi dan Jasa;
7. Deputi Bidang Neraca dan Analisis Statistik;
8. Inspektorat Utama;
9. Pusat Pendidikan dan Pelatihan;
10. Instansi Vertikal

Badan Pusat Statistik dipimpin oleh seorang Kepala yang mempunyai tugas memimpin BPS sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku; menyiapkan kebijakan nasional dan kebijakan umum sesuai dengan tugas BPS; menetapkan kebijakan teknis pelaksanaan tugas BPS yang menjadi tanggung jawabnya; serta membina dan melaksanakan kerja sama dengan instansi dan organisasi lain. Kepala dibantu oleh seorang Sekretaris Utama, 5 (lima) Deputi dan Inspektorat Utama.

Sekretariat Utama mempunyai tugas mengkoordinasikan perencanaan, pembinaan, pengendalian administrasi, dan sumber daya di lingkungan BPS. Sekretariat Utama terdiri dari beberapa Biro, setiap Biro terdiri dari beberapa Bagian dan setiap Bagian terdiri dari beberapa Subbagian. Sekretariat Utama terdiri dari Biro Bina Program, Biro Keuangan, Biro Kepegawaian, Biro Hubungan Masyarakat dan Hukum, dan Biro Umum.

Deputi Bidang Metodologi dan Informasi Statistik mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang metodologi dan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi statistik. Deputi Bidang Metodologi dan Informasi Statistik terdiri dari Direktorat Pengembangan Metodologi Sensus dan Survei, Direktorat Diseminasi Statistik, dan Direktorat Sistim Informasi Statistik. Deputi Bidang Statistik Sosial mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang statistik sosial.

Deputi Bidang Statistik Sosial terdiri dari Direktorat Statistik Kependudukan & Ketenagakerjaan, Direktorat Statistik Kesejahteraan Rakyat, dan Direktorat Statistik Ketahanan Sosial.

Deputi Bidang Statistik Produksi mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang statistik produksi. Deputi Bidang Statistik Produksi terdiri dari Direktorat Statistik Tanaman Pangan, Hortikultura & Perkebunan, Direktorat Peternakan, Perikanan & Kehutanan dan Direktorat Statistik Industri.

Deputi Bidang Statistik Distribusi dan Jasa mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang statistik distribusi dan jasa. Deputi Bidang Statistik Distribusi & Jasa terdiri dari Direktorat Statistik Harga, Direktorat Statistik Distribusi, dan Direktorat Statistik Keuangan, TI & Pariwisata.

Deputi Bidang Neraca dan Analisis Statistik mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan melaksanakan kebijakan di bidang neraca dan analisis statistik. Deputi Bidang Neraca dan Analisis Statistik terdiri dari Direktorat Neraca Produksi, Direktorat Neraca Pengeluaran, dan Direktorat Analisis & Pengembangan Statistik.

Inspektorat Utama yang mempunyai tugas melaksanakan pengawasan fungsional terhadap pelaksanaan tugas di lingkungan BPS; Pusat Pendidikan dan Pelatihan (Pusdiklat) yang mempunyai tugas melaksanakan penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan prajabatan dan kepemimpinan serta teknis dan fungsional.

Instansi Vertikal BPS terdiri dari BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota. BPS Provinsi adalah instansi vertikal BPS yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala BPS. BPS Kabupaten/Kota adalah instansi

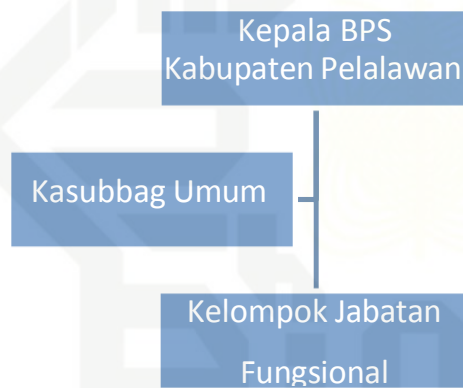
**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

vertikal BPS yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala BPS Provinsi.

Disamping itu terdapat Sekolah Tinggi Ilmu Statistik (STIS) yang pembentukannya berlandaskan pada Keputusan Presiden Nomor 163 tahun 1998 tentang Sekolah Tinggi Ilmu Statistik sebagai perguruan tinggi kedinasan di lingkungan Badan Pusat Statistik yang berkedudukan di Jakarta. Struktur organisasi Sekolah Tinggi Ilmu Statistik didasarkan pada Keputusan Kepala BPS Nomor 101 tahun 1998 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekolah Tinggi Ilmu Statistik. Sekolah Tinggi Ilmu Statistik dipimpin oleh seorang Ketua.<sup>59</sup>

### Struktur Organisasi Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan



Gambar 4.4 Struktur Organisasi Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan

#### Deskripsi

Berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 8 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perwakilan BPS di Daerah. Susunan organisasi BPS Kabupaten Pelalawan terdiri dari:

1. Kepala;
2. Kepala Sub Bagian Umum;
3. Kelompok Jabatan Fungsional;

<sup>59</sup> Diakses 7 April 2022 Jam 09:00 dari <https://www.bps.go.id/menu/1/sejarah.html#masterMenuTab>



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepala BPS Kabupaten mempunyai tugas memimpin BPS Kabupaten sesuai dengan tugas dan fungsi BPS Kabupaten serta membina aparatur BPS Kabupaten agar berdaya guna dan berhasil guna.

Subbagian Umum mempunyai tugas melaksanakan penyusunan perencanaan, keuangan, sumberdaya manusia, hubungan masyarakat, hukum dan organisasi, kearsipan, persandian, barang milik negara, perlengkapan dan rumah tangga.

Kelompok Jabatan Fungsional mempunyai tugas melakukan kegiatan sesuai dengan jabatan fungsional masing-masing berdasarkan ketentuan Peraturan perundang-undangan yang berlaku;

Tugas, fungsi dan kewenangan BPS telah ditetapkan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 86 Tahun 2007 tentang Badan Pusat Statistik dan Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 7 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pusat Statistik<sup>60</sup>

<sup>60</sup> Diakses 7 April 2022 Jam 10:00 dari <https://pelawankab.bps.go.id/menu/1/informasi-um.html#masterMenuTab1>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan temuan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, bahwa Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau dalam penerapan Cyber Public Relations dalam menyampaikan informasi public menggunakan teori *Funcitional Approach to Mass Communication* maka ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Cybr PR sebagai *Survellance* (Pengawasan, pengamatan) yang diterapkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan memiliki fungsi yang sangat penting dalam terciptanya data atau informasi yang baik, yang mana kesemuanya sudah melalui tahap pengawasan dan pengamatan apakah informasi yang di sampaikan sudah sesuai dengan data dilapangan atau masih banyak kekeliruan yang harus diperbaiki, melalui sisrem Cyber berebentuk aplikasi yang di buat langsung oleh Badan Badan Pusat Statistik untuk tahap pemvalidasian data yang akan mendeteksi kesalahan-kesalahan atau ketidaksesuaian informasi sebelum di publikasi, serta dalam penyebaran informasinya Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan menggunakan media *Website* sebagai media publikasi utamanya dan *Instagram, You tube* sebagai media pendukung lainnya.
2. *Cyber PR* sebagai *Correlations* yang diterapkan Badana Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan sudah baiak hanya saja masih kurang maksimal terutama pada media soail dan SDM yang terbatas menjadi salah satu hambatan yang saat ini masih terus di perbaiki oleh pihak Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan dalam memberikan informasi yang lebih baik lagi dengan interaktif dan inovatif kepada public.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Dalam melakukan mobilisasi terhadap masyarakat Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan melakukan kerja sama dengan berbagai pihak sprit dengan admin pengelola akun *Instagram* seperti Infopkc, Infopangker agar jangkauannya lebih luas terhadap masyarakat terkusus mayarakat Kabupaten Pelalalwan serta dalam pembuatan kontennya dibuat semenarik mungkin dan mudah dipahami oleh masyarakat luas dengan begitu masyarakat akan lebih mengerti dan mengetahui betapa pentingnya data atau informasi bagi masyarakat terlebih pada saat terjadinya krisis informasi terkait kondisi masyarakat, ekonomi perdagangan, pertanian perkebunan Kabupaten Pelalawan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan dari hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran yang peneliti harapkan dapat memberikan manfaat dan dampak positif berupa perubahan serta kemajuan kepada Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan, diantaranya yaitu:

1. Diharapkan pihak Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalalwan dapat lebih memaksimalkan segala media Cyber dalam menyampaikan informasi kepada public terutama dalam media social dan supaya meningkatkan SDM yang ada oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalalwan agar dalam pengelolaan media cyber dapat lebih baik lagi.
2. Dalam membuat konten media social Badan Pusat Statitik Kabupaten Pelalawan diharpkan dapat lebih menarik lagi serta inovatif dan dalam waktu penguploadtannya lebih tepat waktu, rutin, agar informasi yang diberikan selalu yang terupdate sehingga akan menarik minat para pembcanya.
3. Diharapkan Pihak Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalalwan dapat meningkatkan komunikasi antara para pegawai atau staf maupun

mitranya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam melakukan agenda sensus ataupun survai di Kabupaten Pelalalwan.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardianto, E. (2011). Metodologi penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif. *Bandung: Simbiosis rekayasa media.*
- Arifuddin, B. A. S., & Saebani, B. A. (2009). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: Pustaka Setia*
- Bernays, E. L. (1955). The theory and practice of public relations: A resume. *The engineering of consent,*
- Dr, P. (2008). Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. *Alfabeta, Bandung.*
- F. Rachmadi. 1992. Publik Relations. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Indonesia, Statistik. "Badan pusat statistik." *BPS-Statistics Indonesia* (2018).
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi.* Prenada Media
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi 12, Jilid 2.* Jakarta: Erlangga
- Morissan, S. H. (2014). *Manajemen public relations.* Kencana
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber public relations.* Elex Media Komputindo.
- Ruslan Rosady, Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)
- Rosadi Ruslan. 2003. Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Silvia Rita Fariani dan Widodo Aryanto. Panduan Praktisi PR. Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2009

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group

## SKRIPSI

Angwarmase, Anditya Yosephat. Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta sebagai Universitas Riset Berkelas Dunia. Diss. UAJY, 2014

Assyifa Sukma Cahyani, Assyifa. *Tingkat Popularitas Raio FM Ditngah Maraknya New Media Di Kalangan Remaja Kota Pekanbaru*. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

Daryono, M. A. *Strategi Cyber Public Relations PT Semen Tonasa dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Publik*. Diss. universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016

Gusri, Latifah. *Stratgi Dan Implmentasi Cyber Public Relations Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus dalam Meningkatkan Citra Pada Tiga Universitas Swasta di Sumatera Barat)*. Diss.Universitas Andalas, 2020.

Mulyawati, Herdita, Ahmad Sihabudin, and Husnan Nurjuman. *New Media Dalam Gerakan Sosial (Studi Kasus pada Pemanfaatan Instagram dan Website dalam gerakan sosial memberi dengan membeli oleh Komunitas Regional Ketimbang Ngemis Jakarta (KNJ))*. Diss. Universitas Sultan Ageng Tritayasa, 2018

Nabilah, A. F. (2020). *Strategi Public Relations Humas Pemerintah Kabupaten Jember Dalam Meningkatkan Citra Positif Melalui Media Relations* (Doctoral dissertation, IAIN Jember).

Patrona, P. R. A., Lionardo, A., & Meilinda, N. (2019). *Peran Cyber Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang DAalam Memberikan Informasi Publik* (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pujianti, C. D. (2020). *Implementasi Cyber Public Relations Dalam Membangun Reputasi PT PERTAMINA (PERSERO)Refinry Unit (RU) II Dumai* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU)

Sari, C. P. (2010). *Cyber Public Relations sebagai media komunikasi: studi pada Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Timur* (Doctoral dissertation, IAIN Sunan Ampel Surabaya).

Winarko, D. (2011). *Pngaruh Terpaan Iklan Inspired Dalam Facebook Terhadap Minat Beli Pemilik Akun Facebook (Studi Terhadap Daftar Teman (Friendlist) Facebook INSPIRED)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang)

## JURNAL DAN ARTIKEL

Adjis, K. M. (2016). Penerapan 5C dalam Pembiayaan Murabahah Di BMT Mitra Reksa Bakti

Ardhoyo, T. E. (2013). Peran dan strategi humas (public relations) dalam mempromosikan produk perusahaan. *Jurnal Ilmiah WIDYA*,1(1),15-21.

Darwadi, M. S. (2019). Pembentukan Citra Positif Perusahaan Melalui Cyber Public Relations. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*,

EB, Gita Aprinta. "Strategi cyber public relations dalam pembentukan citra institusi pendidikan tinggi swasta." *Jurnal The Messenger* 6.1 (2016)

Fidler, Roger. 2003. *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Yogyakarta: BentangBudaya

Frommer, Dan. 2011. *Here's How To Use Instagram*. Business Insider. 18

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hasuti, Dewi Ayu Sri, and Eny Susilowati. "Cyber Public Relations Diskominfo Kabupaten Klaten Dalam Optimalisasi Layanan Informasi Public." *Academic Journal of Da'wa and Communication* 1.1 (2020)
- Lubis, Evawani Elysa. "Peran humas dalam membentuk citra pemerintah." *Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)* 12.1 (2012)
- Rondonuwu, S. (2018). Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan Pt. Trakindo Manado. *Jurnal Administrasi Publik*
- Yazid, Tantri Puspita. "Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.2 (2015).
- Yuhefizar, dkk. 2009. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif*. Jakarta: PT ElexMedia Komputindo.
- Yumikosari, M. A., & Purnama, H. (2018). Strategi Cyber Public Relations Website E-Marketplac. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3.1



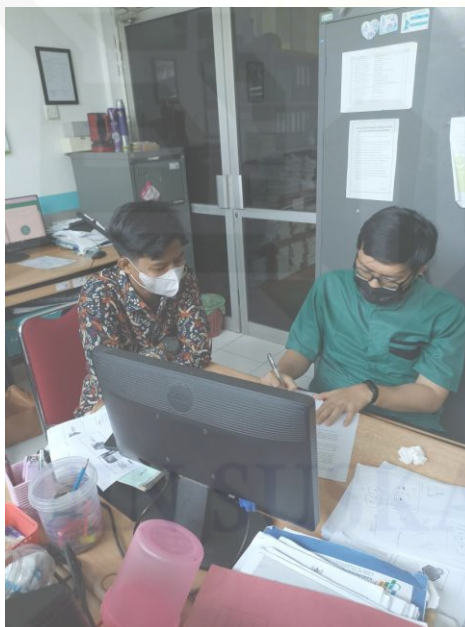
**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LAMPIRAN**

Gambar 1

Peneliti saat melakukan wawancara dengan Bapak Sumi'rad, SST selaku Kepala Subbagian Umum Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan



Gambar 2

Peneliti saat melakukan wawancara dengan Bapak Nasrul Saputra, SST selaku Kordinator Fungsi Statistik IPDS Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3

Peneliti saat melakukan wawancara dengan Kaka Nadia Amalia, SST selaku Staf Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan



Gambar 4

Peneliti saat melakukan wawancara dengan Allan Maulana, Selaku Mitra Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5

Peneliti befoto di depan kantor Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan



Gambar 6

Peneliti melakukan foto bersama Pimpinan dan Para Kepala bagian bersama dengan staf Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan

## PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA

### **PENERAPAN *CYBER PUBLIC RELATIONS* BADAN PUSAT STATISTIK (BPS) KABUPATEN PELALAWAN DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI PUBLIC**

#### **A. Cyber Public Relations sebagai *Surveillance* (Pengawasan, pengamatan)**

1. Bagaimana cara Badan Pusat Statistik dalam menjaga kualitas informasi agar pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan data dilapangan ?
2. Apa saja kendala yang terjadi pada saat pengumpulan informasi dari masyarakat?
3. Adakah cara kusus atau metode tersendiri dalam mendapatkan informasi dari perusahaan besar yang sulit dimintai keterangan?
4. Dalam informasi yang disampaikan atau di publikasikan oleh Badan Pusat Statistik apakah sangat membantu anda dalam memperoleh informasi?
5. Apa saja bentuk Cyber Public Relations yang diterapkan dalam menyampaikan informasi kepada para staf dan publik ?
6. Apa saja manfaat dari diterapkannya Cyber Public Relations sebagai communicator ?
7. Media apa saja yang digunakan Badan Pusat Statitik Kabupaten Pelalawan dalam menyampaikan informasi public ?
8. Bagaimana tanggapan ana terkait inoformasi yang dibagiakan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalalwan ?

#### **B. Cyber Public Relations Sebagai *Correlations***

1. Informasi apa saja yang dipublikasiakan melalui media yang digunakan?
2. Bagaimana upaya Badan Pusat Statistik dalam meningkatkan pelayanan informasi public?
3. Apa saja hambatan yang terdapat pada saat menggunakan media tersebut ?



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Menurut Anda pengelolaan media yang digunakan Badan Pusat Statistik dalam menyampaikan informasi apakah sudah maksimal ?

**C. Cyber Public Relations Sebagai *Mobilization* (mobilisasi)**

1. Tujuan apa saja yang hendak dicapai oleh pihak Badan Pusat Statistik dengan menerapkan Cyber Public Relations dalam menyampaikan informasi kepada public?
2. Apakah pihak Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan melibatkan media luar dalam menyebar luaskan informasi?
3. Strategi Cyber Public Relations apa yang digunakan Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan agar media yang digunakan menjadi menarik?



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

## PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ridho Ilyas Fadila  
NIM : 11840311795  
Judul : Penerapan Cyber Public Relations Dalam Menyediakan Informasi Publik Secara Onlin Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pelalawan

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 16 September 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 16 September 2021.

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

Mustafa, M.I.Kom  
NIP/NIK. 130 417 024

Tika Mutia, M.I.Kom  
NIP/NIK. 19861006 201903 2 010

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Citra Diindungi Undang-Undang  
Penerbitan yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
Penerbitan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
Penerbitan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
Penerbitan mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmpmsp@riau.go.id](mailto:dpmpmsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/45190  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/E.VII/PP.00.9//2022 Tanggal 11 Februari 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


- |                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama              | : | <b>RIDHO ILYAS FADILA</b>   |
| 2. NIM / KTP         | : | 11840311795   |
| 3. Program Studi     | : | ILMU KOMUNIKASI   |
| 4. Jenjang           | : | S1  |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>PENERAPAN CYBER PUBLIC RELATIONS BADAN PUSAT STATISTIK (BPS) KABUPATEN PELALAWAN DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI PUBLIC</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : | BADAN PUSAT STATISTIK (BPS) PELALAWAN   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 14 Februari 2022



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 PROVINSI RIAU**

**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Pelalawan
3. Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Pangkalankerinci
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
5. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan untuk masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau





## BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN PELALAWAN

Pangkalan Kerinci, 21 Februari 2022

Nomor : B-058/14.041/02/2022  
Lampiran : -  
Hal : Persetujuan Mengadakan Penelitian

Yang Terhormat :  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Suska Riau  
di -  
Tempat

Berkenaan dengan surat Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau nomor B-436/Un.04/F.IV/PP.00.9/02/2022 tanggal 11 Februari 2022 perihal Mengadakan Penelitian mahasiswa:

Nama : RIDHO ILYAS FADILA  
NIM : 11840311795  
Semester : VIII (delapan)  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

diberikan persetujuan melakukan penelitian di BPS Kabupaten Pelalawan.

Demikian kami sampaikan, dan kami ucapkan terimakasih.

Kepala Badan Pusat Statistik  
Kabupaten Pelalawan



Iwan Prisma



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BIOGRAFI PENULIS

Ridho Ilyas Fadila dilahirkan di Bagan Batu 06 Desember 1999. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, putra dari Bapak Suyanto dan Ibu Sumini. Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN 006 Kerinci Kanan pada tahun 2006 sampai 2012. Setelah lulus kemudian penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di SMPN 05 Kerinci Kanan dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMAN 2 Pangkalan Kerinci dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi negeri di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Ilmu Komunikasi pada tahun 2018 melalui jalur SBMPTN. Penulis melakukan kuliah kerja nyata (KKN) pada bulan Juni-Agustus 2021 di Jl Kutilang Kec.Tampan Panam Pekanbaru, Selain itu penulis juga melaksanakan Job Training di Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan Kabupaten Pelalawan pada bulan September-November 2021. Penulis menyelesaikan studi S1 melalui skripsi dengan Judul “Penerapan *Cyber Public Relations* Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan dalam Menyampaikan Informasi Public”. dibawah bimbingan Bapak Usman, S.Sos,M.I.Kom Dan dinyatakan LULUS melalui sidang Munaqasyah pada Kamis, 29 Juni 2022 dengan menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).